

Воронкова Дарья Евгеньевна

студентка

Суетин Илья Николаевич

канд. пед. наук, д-р ист. наук, доцент, профессор

ФГБОУ ВО «Ульяновский государственный
педагогический университет им. И.Н. Ульянова»

г. Ульяновск, Ульяновская область

ПРАВОВОЕ РЕГУЛИРОВАНИЕ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ЦИФРОВЫХ ПЛАТФОРМ: ПРОБЛЕМЫ ОПРЕДЕЛЕНИЯ СТАТУСА ИНФОРМАЦИОННОГО ПОСРЕДНИКА

***Аннотация:** в статье конкретизируется правовой статус информационного посредника в условиях трансформации цифровых платформ в многофункциональные экосистемы. Рассматриваются доктринальные подходы к определению границы между нейтральным посредничеством и активным участием платформы в распространении информации. Обосновывается необходимость разработки дифференцированных критериев ответственности в зависимости от степени вовлеченности платформы в оборот контента.*

***Ключевые слова:** информационный посредник, цифровая платформа, пользовательский контент, ответственность, модерация контента, ограничение доступа, экосистема.*

Развитие цифровой экономики привело к появлению нового типа субъектов правоотношений – цифровых платформ, выступающих связующим звеном между поставщиками товаров и услуг и конечными потребителями. Маркетплейсы, социальные сети, видеохостинги и поисковые системы давно переросли роль пассивных технических посредников, превратившись в активных участников информационного обмена, осуществляющих ранжирование, рекомендательные алгоритмы и модерацию контента. Данная трансформация порождает фундаментальную правовую проблему: классический институт информационного

посредника, предполагающий ограниченную ответственность за чужой контент, перестает соответствовать реальному положению дел [3; 4]. Актуальность темы обусловлена необходимостью выработки новых правовых подходов к определению статуса и пределов ответственности цифровых платформ, обеспечивающих баланс между защитой прав граждан и интересами развития технологического предпринимательства.

Целью настоящего исследования является анализ эволюции правовой конструкции информационного посредника и выявление критериев, позволяющих разграничить нейтральное посредничество и активное участие платформы в распространении информации.

Институт информационного посредника сформировался в российском праве относительно недавно и получил легальное закрепление в ст. 1253.1 Гражданского кодекса Российской Федерации [1]. Данная статья была введена Федеральным законом от 02.07.2013 №187-ФЗ [6]. Согласно данной норме, информационный посредник – это лицо, осуществляющее передачу материала в информационно-телекоммуникационной сети, предоставляющее возможность размещения материала или доступа к нему. Условиями освобождения от ответственности за нарушение интеллектуальных прав являются отсутствие инициативы в передаче материала, невнесение изменений в него и неосведомленность о неправомерности использования результата интеллектуальной деятельности. Аналогичная логика прослеживается и в ст. 17 Федерального закона от 27.07.2006 №149-ФЗ «Об информации, информационных технологиях и о защите информации» [7], устанавливающей основания освобождения от ответственности за распространение противоправной информации.

Данная модель базируется на концепции «безопасной гавани», заимствованной из американского Акта о цифровом тысячелетии (Digital Millennium Copyright Act, DMCA) и европейской Директивы об электронной коммерции 2000/31/ЕС. Суть концепции состоит в том, что информационный посредник не обязан осуществлять превентивный мониторинг контента и несет

ответственность лишь при невыполнении требования правообладателя о его удалении (система «уведомление – удаление»).

Однако практика последних лет демонстрирует существенный отход от этой парадигмы. Как отмечает Е.А. Суханов, «появление новых объектов и субъектов гражданского оборота, связанных с цифровизацией экономики, требует постоянного обновления правовых институтов, в том числе института ответственности» [5, с. 112]. Действительно, когда платформа не просто хранит пользовательский контент, а алгоритмически продвигает его, увеличивая охват аудитории, она тем самым принимает на себя функции, близкие к функциям средства массовой информации.

Статистические данные подтверждают масштаб влияния платформ на информационную среду. Согласно исследованию Mediascope [9], проведенному в 2024 году, среднесуточный охват российских пользователей социальными сетями и видеохостингами составляет 78% от общего числа интернет-пользователей, а более 60% респондентов узнают о новостях и событиях именно из рекомендательных лент платформ, а не с сайтов традиционных СМИ. Эти цифры свидетельствуют о колоссальной роли платформ в формировании общественного мнения, что требует соразмерного уровня правовой ответственности.

В научной литературе выделяются три уровня вовлеченности платформы в оборот контента: пассивное хостинг-посредничество, активная модерация и формирование рекомендаций, а также генерация собственного контента [5]. Каждому уровню должен соответствовать свой правовой режим ответственности. Если на первом уровне сохранение «безопасной гавани» представляется оправданным, то на втором и третьем платформа должна нести повышенные обязанности по контролю за распространяемой информацией.

Показательным примером эволюции регулирования является принятие в Европейском Союзе Акта о цифровых услугах (Digital Services Act, Regulation 2022/2065), вступившего в силу в полном объеме с февраля 2024 года. Данный документ вводит асимметричное регулирование: к очень крупным онлайн-платформам (с аудиторией более 45 миллионов пользователей в ЕС) применяются

повышенные требования, включая обязательную оценку системных рисков, независимый аудит алгоритмических систем и предоставление пользователям возможности отказаться от рекомендательных алгоритмов [5].

Российское законодательство также движется в сторону усиления ответственности цифровых платформ, однако данный процесс носит фрагментарный характер. Федеральный закон от 01.07.2021 №236-ФЗ «О деятельности иностранных лиц в информационно-телекоммуникационной сети Интернет на территории Российской Федерации» обязал крупные иностранные платформы учреждать филиалы или представительства в России и выполнять требования Роскомнадзора по удалению противоправного контента [8]. Кроме того, в Кодекс Российской Федерации об административных правонарушениях были введены значительные штрафы для операторов социальных сетей за неудаление запрещенной информации [2]. Однако единого системного подхода к определению статуса и границ ответственности платформ российское законодательство пока не выработало.

Отдельную проблему составляет квалификация маркетплейсов, совмещающих функции информационного посредника и фактического продавца. Классическая модель маркетплейса предполагает, что он лишь предоставляет техническую возможность для взаимодействия продавцов и покупателей, не становясь стороной договора купли-продажи. Однако современные цифровые экосистемы активно внедряют собственные торговые операции, используют единые логистические и платежные сервисы, устанавливают стандарты обслуживания. В таких условиях разграничения ответственности между маркетплейсом и продавцом становится нетривиальной задачей, а потребитель зачастую воспринимает платформу как сторону сделки [6]. Судебная практика демонстрирует тенденцию к расширительному толкованию роли маркетплейса: при наличии признаков активного участия платформы в сделке суды склонны возлагать на нее солидарную или субсидиарную ответственность перед потребителем.

Таким образом, правовое регулирование деятельности цифровых платформ находится в стадии активной трансформации. Классическая модель

информационного посредника, предполагающая минимальную ответственность за чужой контент, перестает отвечать современным реалиям. На смену ей приходит дифференцированный подход, учитывающий степень вовлеченности платформы в контентный и коммерческий оборот. Эволюция цифровых платформ от технических посредников к многофункциональным экосистемам требует переосмысления правовой конструкции информационного посредника. Анализ научной литературы и законодательных актов позволяет сделать вывод о необходимости внедрения дифференцированного подхода к определению статуса и ответственности платформ, при котором объем правовых обязанностей ставится в зависимость от степени их вовлеченности в оборот контента и товаров.

Список литературы

1. Гражданский кодекс Российской Федерации (часть четвертая) от 18.12.2006 №230-ФЗ (последняя редакция) // Собрание законодательства РФ. – 2006. – №52 (ч. 1). – Ст.1253.1.

2. Кодекс Российской Федерации об административных правонарушениях от 30.12.2001 №195-ФЗ (последняя редакция) // Собрание законодательства РФ. – 2002. – №1 (ч. 1). – Ст.13.41.

3. Кузнецова Н.И. Человеческий капитал как фактор инновационного развития современной экономики региона / Н.И. Кузнецова, И.Н. Суетин, М.А. Рябова // Современные тренды управления, экономики и предпринимательства: от теории к практике: сборник материалов Всероссийской научно-практической конференции с международным участием (Ульяновск, 14–15 ноября 2023 г.). – Чебоксары: УлГПУ им. И.Н. Ульянова, 2023. – С. 331–336. EDN FVIONP

4. Рябова М.А. Мониторинг как инструмент формирования системы контроля / М.А. Рябова, Г.В. Рябов, И.Н. Суетин // Актуальные вопросы права, экономики и управления: сборник материалов V Всероссийской научно-практической конференции студентов, аспирантов и молодых ученых с международным участием (Ульяновск, 21 апреля 2023 г.). – Чебоксары: УлГПУ им. И.Н. Ульянова, 2023. – С. 315–319. EDN UDBNIA

5. Суханов Е.А. Гражданское право: учебник. В 4 т. Т. 1. Общая часть / Е.А. Суханов. – 3-е изд., перераб. и доп. – М.: Статут, 2020. – 576 с.

6. Федеральный закон «О внесении изменений в отдельные законодательные акты Российской Федерации по вопросам защиты интеллектуальных прав в информационно-телекоммуникационных сетях» от 02.07.2013 №187-ФЗ (последняя редакция) // Собрание законодательства РФ. – 2013. – №27. – Ст. 3479.

7. Федеральный закон «Об информации, информационных технологиях и о защите информации» от 27.07.2006 №149-ФЗ (последняя редакция) // Собрание законодательства РФ. – 2006. – №31 (ч. 1). – Ст. 3448.

8. Федеральный закон «О деятельности иностранных лиц в информационно-телекоммуникационной сети Интернет на территории Российской Федерации» от 01.07.2021 №236-ФЗ (последняя редакция) // Собрание законодательства РФ. – 2021. – №27 (ч. 1). – Ст. 5064.

9. Mediascope. – URL: <https://mediascope.net/> (дата обращения: 26.05.2026).