

УДК 34(4-672EU):[316.774:004.738.5

DOI: <https://doi.org/10.22182/pr.6132019.9>

Оригинални научни рад

*Владимир Сапунов\**

*Воронежский государственный университет*

## **ЗАКОНОДАТЕЛЬСТВО ЕВРОСОЮЗА И ГЛОБАЛЬНЫЕ МЕДИАКОМПАНИИ: НОВЫЕ ПРОБЛЕМЫ В УСЛОВИЯХ ЦИФРОВИЗАЦИИ ИНФОРМАЦИОННОГО ПРОСТРАНСТВА**

### **Аннотация**

Статья призвана дополнить отечественные исследования массовой коммуникации анализом событий, связанных с правовыми конфликтами между регуляторами Евросоюза и глобальными медиакомпаниями. Под термином «законодательство ЕС» автор понимает как наднациональные правовые механизмы Евросоюза, так и законодательства отдельных стран. В статье исследуются только правовые коллизии между глобальными медиакомпаниями и государственными (надгосударственными) структурами ЕС.

Автор считает, что к основным проблемам в сфере медиазаконодательства ЕС, исходя из целей и задач данной статьи и из практики взаимодействия глобальных медиакомпаний с регуляторами Евросоюза, стоит отнести:

1. Авторские и смежные права
2. «Право на забвение» и проблема безопасности

---

\* vsapunov76@rambler.ru

- персональных данных
3. Налоговая сфера
  4. Антимонопольное регулирование
  5. Политические отношения регуляторов и иновещательными компаниями.
  6. Борьба с «фейковыми новостями»
  7. Клевета и диффамация.

Ключевые слова: правовые конфликты, авторское право, персональные данные, право на забвение, антимонопольное регулирование, борьба с фейковыми новостями, уклонение от налогов.

В условиях цифровизации европейского медиасектора возникают новые правовые коллизии между ЕС и глобальными медиакомпаниями – те, что диалектически вытекают из развития технологий и соответствующих сущностных изменений в каналах массовой коммуникации. Автор данной статьи ставит целью проанализировать основные правовые проблемы, связанные с технологическими изменениями и сопутствующими процессами в глобальном медиасекторе. Старые правовые проблемы в меняющихся условиях трансформируются и приобретают новые смыслы, что также будет объектом внимания в нашем исследовании.

Под термином «законодательство ЕС» автор понимает как наднациональные правовые механизмы Евросоюза, так и законодательства отдельных стран. В статье исследуются только правовые коллизии между глобальными медиакомпаниями и государственными (надгосударственными) структурами ЕС. Для ознакомления с правовыми конфликтами в указанном контексте между глобальными компаниями (например, AFP-Google или Viacom-YouTube) можно обратиться к предыдущим публикациям автора.<sup>1</sup>

К основным проблемам в сфере медиазаконодательства ЕС, исходя из целей и задач данной статьи и из практики

---

<sup>1</sup> Сапунов В.И. Мировые информационные агентства: системное воздействие на аудиторию. Воронеж: ВГУ, 2017. – 250 с.; Сапунов В.И. Глобальные медиапроцессы и новейшие телевизионные технологии / Особенности функционирования современных аудиовизуальных медиа. Воронеж, Кварта, 2018. – с. 9-124.

взаимодействия глобальных медиакомпаний с регуляторами Евросоюза, стоит отнести:

1. Авторские и смежные права
2. «Право на забвение» и проблема безопасности персональных данных
3. Налоговая сфера
4. Антимонопольное регулирование
5. Политические отношения регуляторов и инновационными компаниями.
6. Борьба с «фейковыми новостями»
7. Клевета и диффамация.

Прежде всего, обратимся к проблеме *авторских и смежных прав*. В сентябре 2018 года Европейский парламент поддержал проект Директивы об авторских правах на едином цифровом рынке. Директива ставит целью обновить законодательство ЕС об авторском праве, в июле Европарламент не принял два самых противоречивых изменения. Статью 11, которая устанавливает смежные права прессы на «сниппеты» (фрагменты исходного текста), размещенные на онлайн-платформах, а также на ссылки на сторонние сайты, на которых размещены исходные материалы прессы. И статью 13, которая обязывает видеоплатформы, такие как YouTube, Amazon или Netflix выплачивать более высокие лицензионные отчисления музыкантам, кино- и телережиссёрам. Сейчас, например, музыканты по договорам с YouTube получают 67 центов в год с каждого пользователя, просмотревшего их клипы.

Поправки о смежных правах на материалы прессы, распространяемые агрегаторами и социальными сетями, поддержали Международная федерация журналистов и Европейская федерация журналистов. Кроме того, обращение к депутатам Европарламента подписали 20 руководителей крупнейших европейских информационных агентств и около 100 редакторов и ведущих журналистов европейских газет из 27 стран. Внимание информационных агентств периодической печати абсолютно понятно. Большинство национальных и

региональных агентств ЕС - это паевые организации прессы - кооперативные (как итальянское ANSA или голландское ANP) или корпоративные (как немецкое DPA или швейцарское ATIS/SDA).

Кроме того, за принятие 13 статьи высказалась Гильдия музыкантов Европы, в поддержку 165 известными кинорежиссёрами была подписана Венецианская декларация (во время одноименного фестиваля). Все они говорили, что интернет-гиганты должны делиться своими гигантскими прибылями с авторами контента, который они используют.

Против директивы высказались около 700 видных деятелей Интернета, активную информационную кампанию с целью заблокировать поправки вели Google и Facebook, заявлявшие, что директива уменьшит пространство бесплатного Интернета.

Поправки не коснутся гиперссылок, от авторского права освободят тексты, выкладываемые на некоммерческих сайтах и энциклопедиях, таких как Wikipedia, интернет-стартапы и небольшие интернет-платформы. Директиву в мае 2019 года должен одобрить Европейский Совет.<sup>2</sup>

Угрозы Google и Facebook стоит воспринимать серьёзно, поскольку капиталисты, как известно, очень не любят законы, заставляющие их за что-то платить, и всячески пытаются переложить бремя дополнительной платы на пользователей.

Вероятность ограничения бесплатного пространства в Google и Facebook, конечно, практически равна нулю - поскольку этим они сразу отпугнут пользователей и рекламодателей. А вот другие способы доставить неудобства простым людям у них есть. Например, увеличить количество рекламы обязательной для просмотра. Или убрать определённые СМИ из своих сетей, особенно те, которые наиболее ретиво поддерживали законопроект. Хотя бы на время. Вспомним, как 12 лет назад Google убрал из своих поисковых сетей все материалы AFP, после того как французское информационное агентство подало против интернет-монополиста иск о нарушении авторских прав на фотографии.

<sup>2</sup> Droitsvoisins: question de survieselon les agences de presse (<https://www.cbnews.fr/medias/image-droits-voisins-question-survie-agences-presse-38398>)

Далее о «праве на забвение» - правовой проблеме, которая генетически выросла вместе с Интернетом. В январе 2019 года Европейский суд постановил, что «право на забвение» в интернет-поисковиках не должно выходить за границы ЕС. Решение последовало за заявлением Генерального адвоката Европейского суда Мацея Шпунара о том, компания Google не обязана гарантировать «право на забвение» вне Евросоюза. Европейский суд, как обычно, с мнением Генерального адвоката согласился.

Суд принял дело на рассмотрение после того, как в 2016 году французский регулятор CNIL (Commission nationale de l'informatique et des libertés) оштрафовал Alphabet Inc. - материнскую компанию Google - на 100 тысяч евро за нарушение предписания о применении «права на забвение» ко всем доменам компании по всему миру. На это решение Google и подал апелляцию в ЕСJ.<sup>3</sup>

Сейчас адвокаты Google и поддерживающие их общественные организации, позиционирующие себя борцами за права человека и свободу информации (например, Article 19), построили судебную стратегию на том, что «право на забвение» в странах вне ЕС может помочь «странам с государственной цензурой, таким как Китай, Россия и Саудовская Аравия». Генеральный адвокат ЕС также заявил, что «право на забвение должно быть сбалансировано такими фундаментальными правами, как право на защиту данных, на доступ к информации, представляющей общественный интерес, и на неприкосновенность частной жизни».

В 2014 году «право на забвение» стало частью законодательства Евросоюза - Европейский суд принял сторону испанского гражданина Костеха, требовавшего удалить информацию о себе из глобальной поисковой сети Google. Годом позже ЕСJ обязал интернет-поисковики удалять ссылки на информацию о гражданах по их требованию, если такая информация устарела, является ложной или нарушает их право на неприкосновенность личной жизни.

---

3 Right to be forgotten' by Google should apply only in EU, says court opinion (<https://www.theguardian.com/technology/2019/jan/10/right-to-be-forgotten-by-google-should-apply-only-in-eu-says-court>)

Проблема безопасности персональных данных в сетях поисковиков «правом на забвение» не ограничивается. В 2014 году Германия оштрафовала *Google* на 190 000 евро за несанкционированный сбор и хранение персональных данных - адресов электронной почты, фотографий, паролей и чат-протоколов из незащищенных wi-fi сетей с помощью специального оборудования. А годом позже 6 крупнейших стран Евросоюза пригрозили санкциями против *Google* в связи с новой политикой конфиденциальности компании.

Национальная комиссия Франции по информационным технологиям и гражданским свободам тогда обнародовала заявление, суть которого в том, что объединение 60 интернет-служб (в том числе *Google+*, *YouTube* и *Gmail*) в одну базу не соответствует законодательству ЕС и может серьезно угрожать безопасности пользователей.

А в январе 2019 года CNIL оштрафовала *Google* на рекордную сумму в 50 миллионов евро за нарушение за нарушение европейских правил о защите персональных данных (GDPR), которое было принято в Евросоюзе в мае 2018 года. По мнению CNIL, компания предоставляла пользователям недостаточно информации при получении согласия на обработку и использование их личных данных. Чтобы получить необходимую информацию, пользователям приходится совершать пять-шесть действий на сайте *Google*, в результате они не всегда в полной мере осознают масштабы использования их данных.

Наиболее иллюстративный пример – пользователи *Android* – платформы, принадлежащей *Google*, сразу при первом входе получают уведомление о том, что им надо привязать свой аккаунт к почте *GMail*, мотивируя это тем, что это даст возможность пользоваться более широким набором услуг. Если пользователь регистрируется, *Google* просит согласиться или отказаться от некоторых настроек, не объясняя их значение, продолжает французский регулятор. Например, когда *Google* просит согласия на показ персонализированной рекламы, компания не предупреждает, что речь идёт о рекламе во всех её сервисах, хотя положения GDPR требуют конкретного согласия пользователей в каждом случае.

Надо сказать, что согласно GDPR за более серьезные проступки компания может быть оштрафована на 4% от своего ежегодного оборота. Учитывая, что за последний квартал Google заработал почти 34 миллиарда долларов, такие денежные санкции могли бы стать ошутимым ударом по финансам компании.

*Налоговая сфера.* В ноябре 2018 года правоохранные структуры Италии одержали очередную победу над глобальным медиагигантом. Итальянское Агентство по доходам (фактически государственная налоговая служба) заключило с менеджментом Facebook договор, по которому филиал социальной сети - Facebook Italy S.R.L - выплатит в бюджет Италии 100 миллионов евро в качестве компенсации за сомнительные финансовые операции, выявленные итальянской Финансовой гвардией и прокуратурой Милана за период с 2010 по 2016 годы.

Соглашение о выплате в бюджет Италии такой же суммы было заключено с компанией Amazon год назад за её налоговые махинации на Апеннингах. В мае 2017 года менеджмент Google согласился вернуть итальянскому государству 306 миллионов евро за то, что в период с 2009 по 2013 годы компания платила налоги в Ирландии с доходов, получаемых в Италии. В декабре 2015 года руководство Apple приняло решение выплатить в итальянский бюджет 300 миллионов евро за свои сомнительные финансовые операции в стране.

Подобный прецедент имел место в январе 2016 года в Великобритании, когда налоговое соглашение было подписано между Alphabet Inc. (корпорацией, в которую входит Google) и правительством островного государства. По соглашению Google обязывалась выплатить в бюджет Соединенного Королевства 130 миллионов фунтов стерлингов, которые они скрыли от налогообложения с 2005 года через свои оффшорные структуры на Бермудах. Кроме того, компания согласилась платить в будущем британские налоги по более высокой ставке.

Однако тогда выяснилось, что эта сумма составляет лишь 2,77% от доходов компании за 10 лет, тогда как Google украла у британского бюджета 20% (около £939 млн). В связи с этим Комитет по вопросам казначейства палаты общин парламента

Великобританији начал расследование условий соглашения. Соглашение жестко раскритиковал Руперт Мердок, который заявил, что этот документ - не что иное, как результат «блестящего лоббирования» со стороны *Google*. Парадокс в том, что News Corp. Руперта Мердока с 1987 по 1999 год вообще не платила налогов на прибыль в Великобритании (на сумму в 1,4 миллиарда фунтов).<sup>4</sup>

В марте 2019 года Франция объявила о том, что вводит налог в 3% на компании, оборот которых превышает 750 миллионов евро по всему миру и 25 миллион евро во Франции. Эта мера коснется прежде всего четверки *GAFA* (*Google*, *Amazon*, *Facebook*, *Apple*) и должна обеспечить поступления в бюджет Франции 500 миллионов евро в год. Министр финансов Франции Бруно Ле Мэр заявил, что такие действия будут направлены на восстановление справедливости, поскольку глобальные медиакорпорации платят в его стране налоги в 9%, тогда как в других сферах промышленности компании облагаются налогом в среднем в 23%.

Единства в ЕС по этому вопросу добиться не удалось, поскольку против выступили Ирландия, Дания, Швеция и Финляндия. Так что на ближайшем заседании ОСЭР решения принято не будет, как не стоит его ожидать и на майском саммите Евросоюза. Комиссар ЕС по экономике и финансам Пьер Московиси уже заявил, что если до конца 2019 года общеевропейского решения принято не будет, в следующем году вопрос будет снова поставлен в повестку дня. Великобритания, Испания и Испания уже заявили, что в 2020 году тоже введут «цифровой налог» - в 2%. Сама Франция несколько смягчила первоначальные намерения, так как предполагалось введение прогрессивного «цифрового налога» - от 1 до 5 процентов.

Кроме того, Бруно Ле Мер объявил о том, что Франция усилит меры по уклонению от налогов - сейчас распространена практика, когда компании, работающие во Франции платят налоги в Ирландии или Люксембурге, где налоговые ставки значительно ниже (иногда в 3 раза). А после налоговой реформы в США 2017, сократившего налоги на крупные корпорации (особенно на прибыль от основной деятельности),

<sup>4</sup> Taxesur les Gafa : les Etats-Unis montrent les crocs, la France se défend (<https://francais.rt.com/economie/59952-taxe-sur-gafa-etats-unis-montrent-crocs-france-se-defend>)



у американских медиакомпаний появилось желание «репатриировать» свои доходы, полученные за границей, особенно в европейских странах с высокими налогами.<sup>5</sup>

Спецпредставитель министерства финансов США по международным финансовым переговорам Чип Хартер резко раскритиковал намерение Франции ввести «цифровой налог» на крупные IT-компании. Хартер заявил, что это «ущемляет права транснациональных корпораций, зарегистрированных в США, и не останется без ответа». Ответ долго себя ждать не заставил. В июле правительство США объявило, что начинает судебное расследование по статье 301 Закона о торговле по поводу решения французских властей. Именно это статья была использована администрацией Трампа для введения торговых пошлин против Китая.

Менеджмент Amazon подготовил свой, сугубо капиталистический ответ, заявив, что после введения во Франции налога *GAFI* в 3% - с 1 октября абонентская плата для зрителей в этой стране вырастет на те же 3%. В министерстве экономики Франции заявили, что наказать за это Amazon не могут, но компания сама себя накажет, потому что это сделает её менее конкурентоспособной по сравнению с аналогами (очевидно имелись в виду Netflix, OCS и Canal Plus).<sup>6</sup> Действительно, этот налог не является вертикальным, на который все монополисты отреагировали бы синхронно. Представители Facebook во Франции уже заявили, что будут платить налог *GAFI* честно. Они абонентскую плату поднять не могут.

*Антимонопольное регулирование.* В августе 2018 года испанская медиамонополия PRISA отказалась от сделки по продаже ведущей португальской медиакомпания Media Capital (в которую входят: канал TVI, платные каналы TVI24, TVI Ficção, TVI Reality, TVI Internacional и África TVI (вещание различных каналов осуществляется на 22 страны), а также крупнейшая в Португалии сеть радиостанций Media Car-

5 Rupert Murdoch Attacks Google Over U.K. Tax as Cameron Defends Deal(<https://www.bloomberg.com/news/articles/2016-01-27/rupert-murdoch-attacks-google-over-u-k-tax-as-cameron-defends-deal>)

6 Taxe Gafa: Amazon va faire payer les Français ([http://www.leparisien.fr/amp/economie/taxe-gafa-amazon-va-faire-payer-les-francais-01-08-2019-8127462.php?\\_\\_twitter\\_impression=true](http://www.leparisien.fr/amp/economie/taxe-gafa-amazon-va-faire-payer-les-francais-01-08-2019-8127462.php?__twitter_impression=true))

ital Radios (50% португалској аудитории)) - голландском телеком-оператору Altice. Причиной, как сообщается в коммюнике испанской Национальной комиссии по рынкам и ценным бумагам (Comisión Nacional del Mercado de Valores (CNMV)), стало несогласие антимонопольных португальских регуляторов.<sup>7</sup>

По поводу суммы сделки El Pais, принадлежащая PRISA, сообщала, что она должна была составить около 440 миллионов евро - примерно в 10 раз больше, чем показатель EBITDA Media Capital за последний год (40,1 миллионов евро). Другие финансовые результаты португальской группы за год - прибыль в 19,7 миллионов евро и доходы в €165,5 млн. Разумеется, главными событиями, связанными с антимонопольной деятельностью регуляторов в 2018 году происходили в Великобритании, но их автор данной статьи подробно анализировал в предыдущих своих работах.<sup>8</sup>

Теперь о *политических отношениях европейских регуляторов с иностранными каналами и правительствами*. В августе 2018 года британский регулятор в сфере вещания и телекоммуникаций Ofcom запретил к показу на ТВ рекламный ролик, проплаченный правительством Саудовской Аравии. Минутное видео, которое канал Sky 1 показал 56 раз за три дня, рассказывает о «меняющейся жизни» в Саудовской Аравии: женщины за рулём, кинотеатры снова открываются - плюс картинка визита членов королевской семьи во главе с принцем Мохаммедом бин Салманом в Великобританию в марте этого года.

Ofcom посчитал, что ролик влияет на общественное мнение британцев и представляет собой политическую рекламу, а платная политическая реклама на телевидении и радио в Великобритании запрещена (у партий есть возможность размещать ограниченное количество политических видеороликов в период избирательных кампаний). Правительство Саудовской Аравии, в свою

---

7 PRISA da por finalizado el acuerdo con Altice para vender Media Capital ([https://elpais.com/economia/2018/06/18/actualidad/1529301855\\_766321.html](https://elpais.com/economia/2018/06/18/actualidad/1529301855_766321.html))

8 Сапунов В.И. Монополизация мирового медиасектора на фоне финансиализации и конвергенции / Вестник Воронежского государственного университета. Серия Филология. Журналистика. №3, 2018. – с. 167-171.

очередь, настаивает на том, что ролик создан для развития торговых отношений между двумя королевствами. Саудиты известны своим интересом к британским СМИ. Когда в 1984 году агентство Reuters осуществило IPO, одним из крупнейших пакетов акций сразу был приобретён саудовским инвестором. Сейчас, помимо Reuters, официальная доля капитала из Саудовской Аравии есть в Independent. А неофициально - Саудовская Аравия, Катар и ОАЭ имеют колоритную историю заказных публикаций в британских СМИ.

В свою очередь, Ofcom известен своими репрессивными решениями по отношению к иновещательным каналам. В 2012 году британский регулятор запретил вещание на территории Великобритании в любом виде иранского канала PressTV, а в декабре 2018 года объявил о результатах расследования в отношении российского RT. По их итогам регулятор заявил, что канал допустил нарушения британского вещательного кодекса в семи эпизодах из десяти, по которым проводилось расследование. Что, в конечном итоге, может привести к отзыву лицензии на вещании RT на территории Великобритании.

*Борьба с «фейковыми новостями».* Предложенные президентом Макроном поправки в Закон о прессе 1881 года по поводу запрета «фейковых новостей» в Интернете вызвали раскол во французском обществе и в политической элите. Правые выступили за, левые - против. Национальная ассамблея в начале июля 2018 года приняла законопроект в первом чтении, поддержал его и французский регулятор в сфере аудиовизуальных СМИ CSA, но Сенат (выборы в который сторонники Макрона осенью 2017 года проиграли) - в конце июля отверг его.

Противники законопроекта говорили, прежде всего, о слишком широкой формулировке «ложная информация». Была создана межпартийная комиссия для обсуждения поправок. Возникли также закономерные вопросы - это законопроект против «фейковых новостей» или против RT France и Sputnik France, которым в описании поправок уделялось слишком много внимания и которых там определили как «агентов влияния».

На самом деле очевидно было, что французская власть решила несколько расширить полномочия и так очень неоднозначной статьи 14 Закона 1881 года на Интернет. Статья, между прочим, гласит: «Обращение, распространение или продажа во Франции газет, периодических или иных изданий на иностранных языках может быть запрещено решением министра внутренних дел. Такому запрету могут быть подвергнуты газеты и издания иностранного происхождения на французском языке, напечатанные за границей или во Франции... Экземпляры и репродукции газет и запрещенных изданий, а также тех, публикация которых возобновлена под другим названием, подвергаются административному аресту».

За полтора века эту статью никто не отменил. Раньше с помощью неё боролись с советскими изданиями, потом с арабскими, теперь - с RT/Sputnik с дополнительными полномочиями. По мнению разработчицы законопроекта Наймы Мушту, представляющей правящую партию «*Republique en marche*», «он должен предотвратить попытки дестабилизации, в частности, предпринимаемые извне Франции, которые основываются на злонамеренном распространении ложной информации».

Но часть французской политической элиты и бóльшую часть французского общества не впечатлил такой предлог для ограничения свободы слова в Интернете, потому как они справедливо считают, что это просто может быть использовано во внутривнутриполитических целях.

После того как Сенат дважды отклонил законопроект, в ноябре 2018 года Национальная ассамблея проголосовала за него в третий раз. В последнем варианте указывается гражданин, претендующий на победу в ходе выборов в органы власти разного уровня, вправе обратиться в суд, чтобы тот заставил замолчать распространителя ложной информации о нем за три месяца до голосования. Кроме того, социальные сети Facebook и Twitter будут обязаны четко указывать, что информация оплачена одним из коммерческих клиентов, и называть его. Кроме того, CSA сможет приостанавливать во Франции деятельность СМИ с участием иностранных государств или находящихся под их косвенным влиянием, если

они распространяют «заведомо ложную информацию с целью повлиять на исход выборов». Противники законопроекта обратились в Конституционный совет, где и решится судьба вышеупомянутых поправок.

*Клевета и диффамация.* Наиболее показательным в ракурсе изменений, связанных с функционированием Интернета и в целом отражающих развитие законодательства ЕС, является Закон о клевете в Великобритании, вступивший в силу в 2013 году. По нему администраторам сайтов предписано удалять потенциально клеветнические сообщения со стороны анонимных «троллей» или передавать их номера и адреса властям. Без ордера полиции и постановления суда. Сайты, на которых будут размещаться клеветнические и оскорбительные сообщения «троллей», избавлены от судебных исков, если они поспособствуют раскрытию личности клеветников. Если же сайты этого не сделают, они будут нести ответственность за клевету в той же мере, что и авторы лживых сообщений.

Сообщение в Интернете может считаться клеветническим в Великобритании, если вредит чьей-либо репутации «по оценкам благонамеренных членов общества», демонстрируя «ненависть, насмешку или презрение». Это гражданское правонарушение, за которое виновный должен будет выплатить компенсацию пострадавшему. Это же правило распространяется на «ретвиты» и «репосты».

Похожий закон был принят в Германии в 2017 году, но он расширил объём клеветы на социальные сети. Они должны удалять нежелательный контент в течение 24 часов (в некоторых случаях в течение нескольких недель). В частности, немецкий закон запрещает размещать в социальных сетях посты, которые нарушают уголовный кодекс Германии, а также материалы с клеветой или оскорблениями. Если платформа-нарушитель отказывается их удалять, её штрафуют — выплаты могут достигать 50 миллионов евро.

Британские власти тоже хотят изменить своё законодательство, приблизив его к немецкому. В октябре 2018 года британское правительство предложило ввести новый закон, по которому социальные сети будут обязаны удалять оскорбительные посты и недостоверную информацию (об

отдельных людях и компаниях) в течение нескольких часов после публикации, а также проверять возраст пользователей. При этом Британия не только примет закон, но и создаст регулирующий орган, который будет следить за исполнением новых правил. Месяцем ранее Ofcom выпустил отчет с рекомендациями по борьбе с «вредоносной» информацией в соцсетях. В нем британский регулятор посоветовал правительству разработать стандарты для онлайн-контента и систему наказаний для компаний, которые не будут подчиняться этим требованиям.

В марте 2019 года Комитет по коммуникациям Палаты Лордов поддержал эти идеи, включая предложение создать в Великобритании «суперрегулятор» в сфере Интернета, наделив новый орган значительными полномочиями. Саморегулирование британского Интернета признано неэффективным.

Главная цель законопроекта - борьба с интернет-гигантами. В частности, британские власти считают, что в них работает слишком мало модераторов, которые перегружены и порой недостаточно компетентны. В законопроекте также предусматривается воспрепятствование «продаже и покупке информации гражданами без их согласия» и «слишком большому доступу IT-компаний к личным данным граждан». В дополнение к этому было предложено создать регулирующий орган, который будет следить за исполнением новых правил. Предполагается, что новый регулятор будет действовать параллельно с уже существующими - Ofcom, ICO и ASA.

По итогам исследования можно сделать главный вывод. Пространство свободы в медиазаконодательстве ЕС в последние 5 лет постоянно сужается – будь то ограничения, связанные с распространением информации в Интернете, или меры в сфере авторского права. Где-то эти ограничения выглядят оправданными (борьба с клеветой или «фейковыми новостями»), но на деле они могут под благовидным предлогом использоваться для ограничения добросовестных субъектов высказывания, например, иностранных медикомпаний стран, у которых с ЕС не очень хорошие отношения.

Западные медиакомпании спорят с ЕС не по политическим, а по финансовым вопросам (налоги, авторское право, содержание информации в поисковиках, антимонопольное законодательство). В основном, в борьбе одерживают верх европейские регуляторы, однако недавняя победа Google в Европейском суде по поводу «права на забвение» подчеркивает, что глобальные медиагиганты в таких спорах тоже могут добиваться своего.

## ЛИТЕРАТУРА

- Сапунов В.И. Мировые информационные агентства: системное воздействие на аудиторию. Воронеж: ВГУ, 2017. – 250 с.; Сапунов В.И. Глобальные медиапроцессы и новейшие телевизионные технологии / Особенности функционирования современных аудиовизуальных медиа. Воронеж, Кварта, 2018. – с. 9-124.
- Droitsvoisins: question de survieselon les agences de presse (<https://www.cbnews.fr/medias/image-droits-voisins-question-survie-agences-presse-38398>)
- 'Right to be forgotten' by Google should apply only in EU, says court opinion (<https://www.theguardian.com/technology/2019/jan/10/right-to-be-forgotten-by-google-should-apply-only-in-eu-says-court>)
- Taxesur les Gafa : les Etats-Unismontrent les crocs, la France se défend (<https://français.rt.com/economie/59952-taxe-sur-gafa-etats-unis-montrent-crocs-france-se-defend>)
- Rupert Murdoch Attacks Google Over U.K. Tax as Cameron Defends Deal(<https://www.bloomberg.com/news/articles/2016-01-27/ruPERT-murdoch-attacks-google-over-u-k-tax-as-cameron-defends-deal>)
- Taxe Gafa: Amazon va faire payer les Français ([http://www.leparisien.fr/amp/economie/taxe-gafa-amazon-va-faire-payer-les-francais-01-08-2019-8127462.php?\\_\\_twitter\\_impression=true](http://www.leparisien.fr/amp/economie/taxe-gafa-amazon-va-faire-payer-les-francais-01-08-2019-8127462.php?__twitter_impression=true))

- PRISA da por finalizado el acuerdo con Altice para vender Media Capital ([https://elpais.com/economia/2018/06/18/actualidad/1529301855\\_766321.html](https://elpais.com/economia/2018/06/18/actualidad/1529301855_766321.html))
- Сапунов В.И. Монополизация мирового медиасектора на фоне финансиализации и конвергенции / Вестник Воронежского государственного университета. Серия Филология. Журналистика. №3, 2018. – с. 167-171.



**Vladimir Sapunov**

**EUROPEAN UNION LAW AND GLOBAL MEDIA COMPANIES: NEW PROBLEMS IN CONDITION OF INFORMATION SPACE DIGITALIZATION**

**Resume**

The issue aims at supplementing investigations of mass communication with analysis of events linked with conflicts of interests between EU regulators and global media companies. In conditions of digitalization of European media sector new law collisions arise between EU and global media companies – those that dialectically rise from technology development and corresponding essential changes in mass communication channels. Old law problems in changing conditions are transformed and get new senses, that will also be object of investigation. The author supposes that the main problems of media law in EU, given objectives and tasks of the issue, and practice of interaction between global companies and EU regulators, are:

1. Copyright and related rights
2. “The Right to be forgotten” and problem of personal data security
3. Taxes
4. Anti-monopoly regulations
5. Political relationships between regulators and foreign broadcasting companies
6. Struggle against “fake news”
7. Slander and defamation.

To conclude, the author points out that the freedom of speech space in EU is constantly contracting – be it reductions linked with spreading of information in Internet, or measures in copyright sphere. Somewhere these reductions seem justified (struggle against slander, defamation, or fake news), but somewhere, as a matter of fact, they may be used under plausible

excuse to restrict conscientious subjects of statements, for instance – foreign media companies from countries that have bad relationship with European Union. Western media companies have disputes with EU based not on political, but on financial issues (taxes, copyright, content in searching systems, antimonopoly regulations). Mainly European regulators win those clashes, but recent Google victory in European court of justice shows that global media giants can also defeat opponents in such struggles.

Keywords: law conflicts, copyright, personal data, right to be forgotten, struggle against “fake news”, tax evasion.

---

\* Овај рад је примљен 1. августа 2019, а прихваћен за штампу на састанку редакције 1. октобра 2019.