



Мониторинг международных трендов правового регулирования для развития законодательства в сфере цифровой экономики в России

Закрепление правового статуса криптоактивов как ценных бумаг, нарушение прав потребителей в Интернете, баланс частных и публичных интересов при модерации контента, либерализация трансграничных потоков данных, запрет социальных сетей для детей

Мониторинг №11 (Ноябрь 2024)

Мониторинг подготовлен коллективом сотрудников лаборатории анализа лучших международных практик Института экономической политики имени Е. Т. Гайдара (Институт Гайдара).

Авторский коллектив: науч. сотр. Гирич М.Г., науч. сотр. Ермохин И.С., ст. науч. сотр. Левашенко А.Д., науч. сотр. Магомедова О.С., ст. науч. сотр. Малинина Т.А.

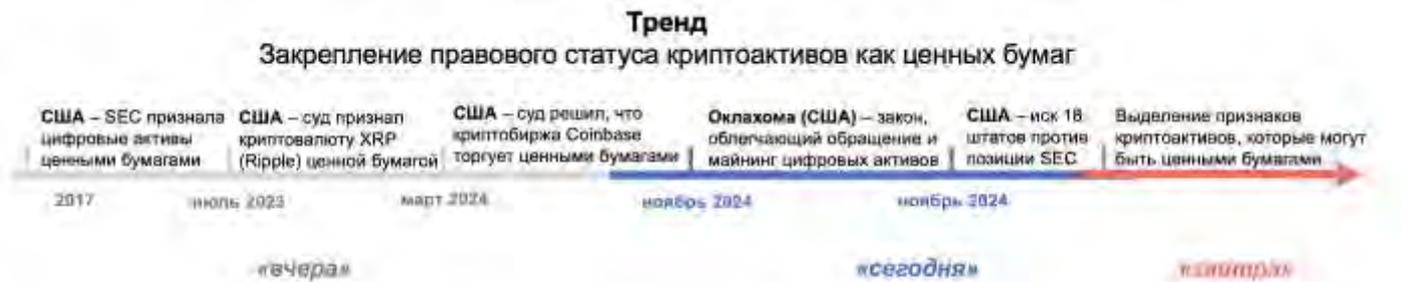
При частичном или полном использовании материалов ссылка на источник обязательна

*«Ложился на поля туман,
Гусей крикливых караван
Тянулся к югу: приближалась
Довольно скучная пора;
Стоял ноябрь уж у двора.»
А. Пушкин*

В ноябре 2024 г. можно выделить 5 событий, которые определяют тренды развития регулирования цифровой экономики в мире.

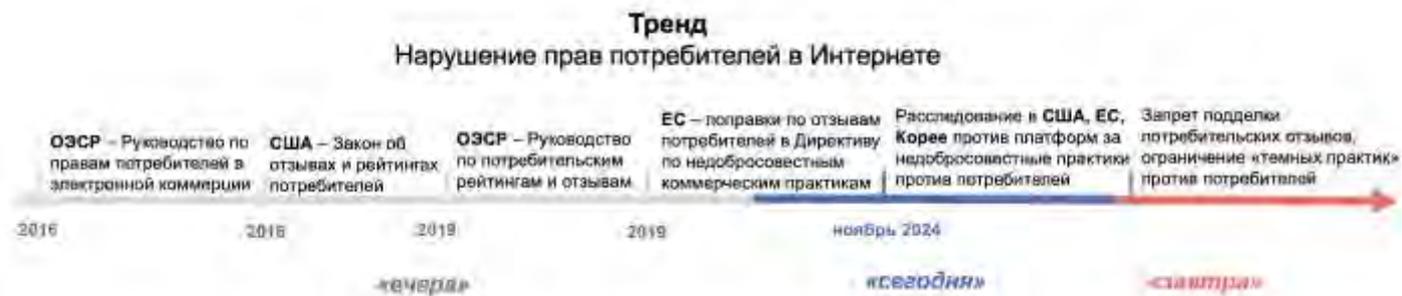
Тренд № 1. Закрепление правового статуса криптоактивов как ценных бумаг

В ноябре 2024 г. в США обострился спор, начавшийся еще в конце 2010 годов, о том, могут ли криптоактивы считаться ценными бумагами. 18 штатов подали иск против Комиссии по ценным бумагам и биржам. В иске содержится требование вывести продажи цифровых активов из-под регулирования о ценных бумагах. При этом ранее вынесенные решения судов скорее поддерживали позицию Комиссии.



Тренд № 2. Нарушение прав потребителей в Интернете

В ноябре 2024 г. в США, в странах ЕС, Южной Корее были начаты расследования незаконных действий крупных платформ против потребителей. Это коснулось таких компаний, как Sitejabber, Apple, Temu и AliExpress в связи с публикацией на платформах ложных отзывов потребителей, с установкой геоблокировки доступа к сервисам, с продажами небезопасных товаров.

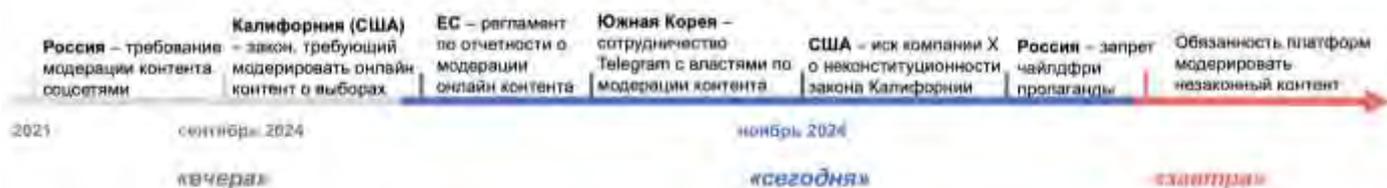


Тренд № 3. Баланс частных и публичных интересов при модерации контента

В ноябре 2024 г. многими странами были предприняты меры по ужесточению требований к модерации онлайн контента: в ЕС принят регламент к Закону о цифровых услугах, конкретизирующий порядок представления отчетности онлайн платформ о модерации контента, а в Южной Корее созданы механизмы сотрудничества властей и Telegram по контролю за распространением незаконного контента. В России введен запрет пропаганды чайлдфри.

При этом в США компания X (Twitter) пытается бороться с трендом, оспаривая конституционность принятого в 2024 г. закона Калифорнии, требующего от онлайн платформ удалять или помечать вводящий в заблуждение контент, касающийся выборов.

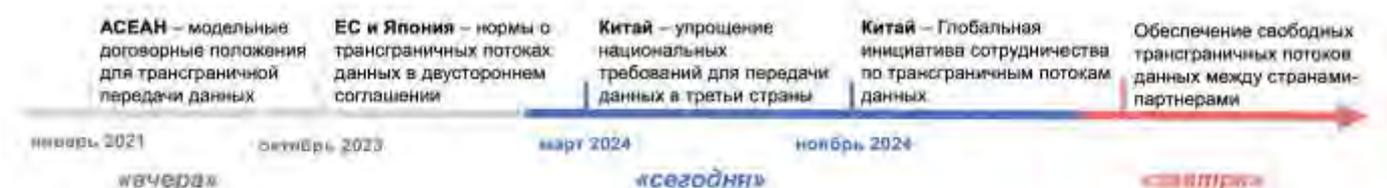
Тренд Баланс частных и публичных интересов при модерации контента



Тренд № 4. Либерализация трансграничных потоков данных

В ноябре 2024 г. на саммите АТЭС¹ Китай предложил создать Глобальную модель сотрудничества по трансграничным потокам данных для упрощения их передачи между странами.

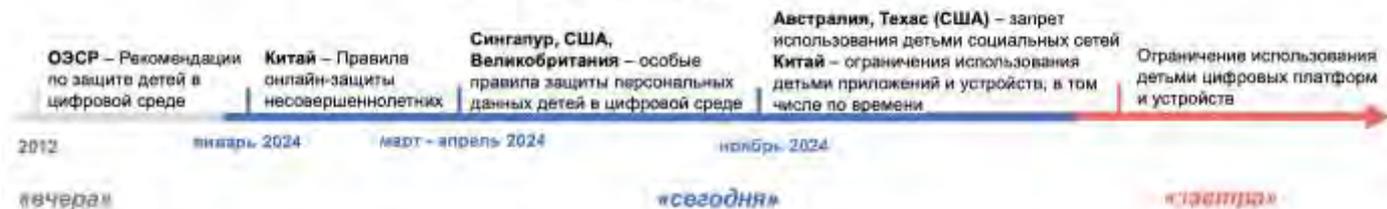
Тренд Либерализация трансграничных потоков данных



Тренд № 5. Запрет социальных сетей для детей

В ноябре 2024 г. в Австралии, США (Техас) и в Китае были предложены правила по ограничению доступа детей к цифровым платформам, включая соцсети.

Тренд Запрет социальных сетей для детей



В ноябре 2024 г. в России также произошел ряд значимых событий в сфере регулирования цифровой экономики.

1. Регулирование платформенной экономики

В ноябре 2024 г. опубликован законопроект о платформенной экономике:²

1) регулируются «посреднические платформы», обеспечивающие взаимодействие «партнеров» и «пользователей» (покупателей) для заключения гражданско-правовых договоров, включая возможность размещения заказов или карточек товаров, совершения сделок, проведения оплаты. Под «партнером» понимаются продавцы, пункты выдачи заказов, исполнители услуг. Фактически законопроект регулирует такие маркетплейсы, как Озон или Wildberries. Также законопроектом регулируются платформы занятости, где партнер-исполнитель не подчиняется правилам внутреннего трудового распорядка, самостоятельно определяет время и место принятия или исполнения заказов, вправе отказаться от выполнения работы без применения к нему санкций и пр. (т.е. официально оформленные трудовые отношения отсутствуют). Сюда могут входить как платформы такси (Яндекс.Такси), курьеров (Яндекс.Еда, Купер), так и классифайды (как Авито). Хотя, например, Яндекс. Такси вводит санкции за отказ от

¹ Азиатско-Тихоокеанское экономическое сотрудничество

² https://storage.consultant.ru/site20/202411/25/fz_251124-platform.rtf

заказа – понижается рейтинг таксиста, что вызывает вопрос о наличии трудовых отношений во взаимодействии Яндекс.Такси и таксиста;

2) платформы должны быть зарегистрированы в специальном реестре (критерии будут разработаны);

3) регулируются условия заключения договора с платформой: она должна проводить верификацию достоверности информации о партнере через Госуслуги, либо ЕРГЮЛ/ИП³;

4) регулируется вопрос размещения карточки товара на маркетплейсе, включая размещение информации о маркировках и сертификатах, и информации, что платформа не является продавцом товара, который продает партнер. Это важная мера, позволяющая потребителю понимать, кто является продавцом: маркетплейс или партнер;

5) вводится регулирование скидок. Если маркетплейс намерен ввести скидку (как за свой счет, так и за счет партнера), необходимо получить на это согласие партнера не менее чем за 14 дней. Молчание партнера в ответ на предложение – не является согласием;

6) изменение договора со стороны платформы допускается после уведомления партнеров не менее чем за 15 дней;

7) регулируются платформы занятости, включая право исполнителя на информацию о заказе. Платформы должны будут контролировать время, допустимые нормы нагрузок при подъеме и перемещении, ограничения недопустимых работ для несовершеннолетних и пр. Устанавливается право платформ участвовать в социальном страховании самозанятых.

Законопроект также предполагает регулирование условий доступа к личному кабинету на платформе, порядок рассмотрения жалоб, а также регулирование рейтингов, включая требования к раскрытию информации о формировании рейтингов, принципах ранжирования информации (например, карточки товара) в системе поисковой выдачи платформы. Кроме того, платформы должны участвовать в обмене информацией с ФНС.

Законопроект фактически регулирует любые виды платформ. С одной стороны, в законопроекте смешаны разные типы правоотношений: и квази-трудовые с исполнителями, и между продавцами и маркетплейсами, что может создавать трудности его применения. С другой стороны, закон охватывает регулирование, характерное всех видов платформ – их правил пользования, процедур, минимальных требований по защите пользователей. Такие нормы могут применяться к любым платформам без учета их специфики.

2. Новая уголовная статья при утечке персональных данных

В ноябре были внесены поправки в УК РФ, которые криминализовали незаконное использование персональных данных, полученных в результате их утечки (ст. 272.1)⁴. Введение статьи обусловлено необходимостью противодействовать волне преступлений с использованием персональных данных. По статистике 2023 г., с мошенничествами по телефону или в мессенджерах (т.е. схемах с использованием контактных персональных данных) столкнулось 83% населения в России, в результате было похищено 14,2 млрд рублей.

Новая статья позволит преследовать тех лиц, кто незаконно собирает и обрабатывает персональные данные. Однако проблема криминализации незаконного хранения персональных данных заключается в том, что иные субъекты в общем цифровом пространстве с мошенниками могут быть втянуты в преступления без их ведома – например, если облачный провайдер предоставляет вычислительные мощности для хранения данных, то он технически не может контролировать законность источника данных, хотя с формально-юридической точки зрения может подпадать под состав «хранение данных, полученных неправомерным путем».

³ Единый государственный реестр юридических лиц, единый государственный реестр индивидуальных предпринимателей.

⁴ <http://publication.pravo.gov.ru/document/0001202411300012?index=2>

Ключевые аспекты

1. Закрепление правового статуса криптоактивов как ценных бумаг

В ноябре 2024 г. в США обострился спор о природе цифровых активов, в частности, криптовалют – являются ли они ценными бумагами? 18 штатов⁵ подали иск против Комиссии по ценным бумагам и биржам⁶ (SEC). Подавшие иск считают, что цифровые активы, особенно при их продаже на вторичном рынке (например, криптобирже), не подпадают под юрисдикцию SEC.

SEC требует от эмитентов ценных бумаг их регистрации в SEC, включая раскрытие информации и публикацию проспекта эмиссии. Применение аналогичных правил к криптовалютам вредит усилиям штатов по развитию индустрии цифровых активов, которая регулируется законодательством о защите прав потребителей и требованиями лицензирования поставщиков услуг денежных переводов (например, во Флориде и Кентукки).

Важно отметить, что Закон о ценных бумагах США относит еще с 1933 г.⁷ к числу ценных бумаг «инвестиционный контракт». В результате судебного дела 1946 г. был разработан тест Хоуи, который определяет 3 критерия ценной бумаги:

- 1) вложение капитала в любой форме (например, приобретение цифрового актива в обмен на фиатную валюту);
- 2) наличие общего предприятия;
- 3) ожидание прибыли в результате усилий других лиц (эмитента цифрового актива).

Важным является третий критерий – ожидание инвестором прибыли в результате усилий других лиц. Инвестор может ожидать прибыль, если продаст актив с прибылью в результате прироста его рыночной стоимости, связанного с управленческими усилиями эмитента, а не общим ростом экономики или инфляцией. Например, эмитент может принимать такие решения:

ограничивать предложение актива; решать, кто и на каких условиях получит дополнительные токены (активы); монополизировать валидацию и подтверждение сделок с активом; платить активом вознаграждение своим менеджерам. Приобретение цифрового актива будет скорее иметь инвестиционный характер, когда ограничена возможность немедленно использовать его для оплаты товаров и услуг вместо фиатной валюты.

SEC считает⁸, что лицам, вовлеченным в первичное размещение криптовалют (ICO), продажу либо распределение цифрового актива, необходимо оценить имеет ли цифровой актив характеристики инвестиционного контракта. Причем речь идет не только о форме и условиях инвестирования в цифровой актив, но и обстоятельствах и способах его предложения и продажи, в том числе на вторичном рынке (например, это закрытое предложение для ограниченного круга инвесторов или публичное для всех). Для решения спорных вопросов SEC призывает контактировать с ней на сайте.

SEC неоднократно прибегала к инфорсменту в отношении провайдеров криптоактивов, например, Ripple, Binance и Coinbase.

Примером штата, усилиям которого вредит позиция SEC, является Оклахома, где в ноябре 2024 г. вступил в силу Закон HB 3594, регулирующий использование цифровых активов⁹. «Цифровые активы» включают виртуальные валюты, криптовалюты, стейблкоины, невзаимозаменяемые токены (NFT).

Закон не позволяет правительству запрещать или ограничивать использование цифровых активов для приобретения товаров и услуг и самостоятельном хранении с помощью цифрового или физического кошелька.

Платежи цифровыми активами не могут облагаться дополнительными налогами и сборами по сравнению с другими

⁵ Кентукки, Небраска, Теннесси, Западная Вирджиния, Айова, Техас, Миссисипи, Монтана, Арканзас, Огайо, Канзас, Миссури, Индиана, Юта, Луизиана, Южная Каролина, Оклахома, Флорида.

⁶ Securities and Exchange Commission.

⁷ Securities Act; <https://www.govinfo.gov/content/pkg/COMPS-1884/pdf/COMPS-1884.pdf>

⁸ https://www.sec.gov/about/divisions-offices/division-corporation-finance/framework-investment-contract-analysis-digital-assets#_edn4

⁹ <http://www.oklegislature.gov/BillInfo.aspx?Bill=hb3594&Session=2400;> http://webserver1.lsb.state.ok.us/cf_pdf/2023-24%20ENR/hb/HB3594%20ENR.PDF

средствами платежа. Закон легализует домашний майнинг цифровых активов при соблюдении местных требований к уровню шума, а также бизнес по майнингу в промышленных зонах с запретом устанавливать для такого бизнеса специальные нормы шумового загрязнения.

Интересно, что этот закон никаким образом не выводит людей, компании, сделки или деятельность из-под юрисдикции Департамента ценных бумаг штата, т.е. описанный выше спор между штатами и SEC заключается скорее не в принадлежности цифровых активов к категории ценных бумаг, а в распределении полномочий между центром и регионами.

Опыт России

В России Закон о цифровых финансовых активах (ЦФА) и цифровой валюте запрещает принимать цифровые валюты (криптовалюты) в качестве средства платежа. В России не стоит вопрос регулирования цифровых валют и ЦФА в качестве ценных бумаг. Аналогичный подход существует, например, во Франции.

2. Нарушение прав потребителей в Интернете

Опыт США

В ноябре 2024 г. в США был подан иск против платформы Sitejabber¹⁰, которая, используя искусственный интеллект, собирает отзывы и создает рейтинги продавцов. Идея платформы – размещение реальных отзывов клиентов о товарах, услугах, продавцах, чтобы другие потребители могли ориентироваться на такие рейтинги и отзывы, если решают приобрести эти товары, услуги. Было выявлено, что 98% отзывов потребителей собирались платформой путем проведения «мгновенных опросов» в момент или сразу после покупки – до того, как потребитель имел возможность фактически опробовать приобретенный продукт, и только 1% отзывов приходился на потребителей, которые реально испытали продукт.

Потребителям явно не раскрывалась информация, что опросы являются обзорами продавцов и формируют их рейтинг на

платформе Sitejabber. Благодаря таким опросам Sitejabber искусственно завышала количество отзывов и средние оценки, вводя в заблуждение относительно достоверности потребительских отзывов.

В отличие от России в США существует Закон о справедливости отзывов потребителей от 2016 г. (15 USC § 45b)¹¹. Закон запрещает ограничивать право потребителя оставить отзыв, в том числе негативный. А в октябре 2024 г. Федеральная торговая Комиссия приняла Правило в отношении поддельных или ложных отзывов потребителей¹², включая запреты на продажу и покупку потребительских отзывов, которые созданы несуществующим потребителем, закупку компанией положительных или отрицательных отзывов, запрет удаления негативных отзывов и пр.

Опыт ЕС

В ноябре 2024 г. Еврокомиссия и Сеть сотрудничества по защите потребителей инициировали расследование против Apple и Temu (китайский маркетплейс).

Apple обвиняется в незаконной геоблокировке пользователей сервисов App Store, Music, Books и пр.¹³:

1) сервисы имеют разный интерфейс для разных стран ЕС. Потребитель получает доступ только к интерфейсу, созданному для страны, в которой они зарегистрировали учетную запись Apple. При перемещении в другую страну интерфейс сложно поменять;

2) при платных покупках потребителям разрешено использовать те средства оплаты (например, банковскую карту), которые выпущены в стране регистрации учетной записи Apple;

3) из-за разных версий App Store в различных странах потребители не могут загружать приложения, предлагаемые в других странах, даже если пользователи путешествуют или временно находятся в другой стране.

Указанные действия нарушают Регламент ЕС о геоблокировке 2018/302, устанавливающий запрет на необоснованную дискриминацию потребителей из ЕС по признаку их гражданства, места жительства или

¹⁰ <https://www.ftc.gov/news-events/news/press-releases/2024/11/ftc-order-against-ai-enabled-review-platform-sitejabber-will-ensure-consumers-get-truthful-accurate>

¹¹ <https://www.law.cornell.edu/uscode/text/15/45b>

¹² <https://www.ftc.gov/business-guidance/blog/2024/08/well-pay-you-give-our-new-rule-good-review>

¹³ https://ec.europa.eu/commission/presscorner/detail/en/ip_24_5727

учреждения, при покупке потребителями товаров и услуг. У Apple есть месяц, чтобы разъяснить или устранить нарушения.

Расследование против Temu связано с применением «темных практик»¹⁴:

1) создание ложного впечатления, что товары предлагаются со скидкой, но на самом деле – без скидки;

2) давление на потребителей, заставляя совершать покупки путем ложных уведомлений, что количество или сроки покупки товара ограничены;

3) принудительная геймификация – принуждение потребителей играть в игру «вращайте колесо фортуны», чтобы получить доступ к маркетплейсу, скрывая важную информацию об условиях использования вознаграждения в игре;

4) неверная информации о праве на возврат товаров и денег;

5) неясная информация о том, как обеспечивается подлинность отзывов потребителей на маркетплейсе;

6) скрыты контактные данные Temu – потребители не могут связаться с Temu, если есть вопросы или жалобы.

У Temu есть также месяц, чтобы разъяснить или устранить нарушения.

Опыт Южной Кореи

В ноябре 2024 г. Торговая комиссия начала 2 расследования против AliExpress и Temu. Первое расследование касалось применения практик, нарушающих конкурентное и потребительское законодательство¹⁵:

- отказ платформ от какой-либо юридической ответственности за ущерб любого рода, возникший в результате сделок;
- неограниченный сбор данных пользователей: компании требовали от потребителей предоставлять доступ к учетной записи и ко всем данным с правом их передачи аффилированным компаниями. Пользователю предлагалось отказаться от защиты прав интеллектуальной собственности на свой пользовательский контент;

– ограничение возможности потребителей обращаться в корейские суды – предлагалось рассмотрение споров в международных судах;

– платформа по собственному усмотрению определяет нарушение пользователем соглашения с платформой – риск необоснованной блокировки;

– запрет на подачу исков: пользователи соглашались не возбуждать никаких действий или исков против платформ в связи с раскрытием информации (например, в случае утечки информации).

Второе расследование связано с продажей на Temu и AliExpress небезопасных потребительских товаров, включая бытовую технику, электронику с высоким содержанием свинца, кадмия. Еще 359 позиций (56,9% всех изученных позиций) создавали риск поражения электрическим током. В результате Торговая комиссия запретила торговлю 1915 опасными товарами на AliExpress и Temu.

Россия

В России сегодня отсутствует регулирование практики искусственного завышения или фальсификации отзывов потребителей. Проводилась попытка ввести правила использования подписочных ловушек.

3. Баланс частных и публичных интересов при модерации контента

В ноябре 2024 г. в ЕС и Южной Корее усилили требования к модерации онлайн контента. Компания X оспорила конституционность закона Калифорнии (США), требующего от онлайн платформ удалять или помечать вводящий в заблуждение контент, касающийся выборов.

Опыт ЕС

Еврокомиссия приняла регламент к Закону о цифровых услугах, касающийся новых правил отчетности о прозрачности поставщиков посреднических услуг и онлайн платформ. Вступил в силу с 1 июля 2025 г.¹⁶

¹⁴https://ec.europa.eu/commission/presscorner/detail/en/ip_24_5707

¹⁵https://www.ftc.go.kr/www/selectReportUserView.do?key=10&rpttype=1&report_data_no=10892

¹⁶ <https://digital-strategy.ec.europa.eu/en/news/commission-harmonises-transparency-reporting-rules-under-digital-services-act>; <https://digital-strategy.ec.europa.eu/en/library/implementing->

Согласно Закону¹⁷ поставщики посреднических услуг и онлайн платформ обязаны публиковать в машиночитаемом формате не реже 1 раза в год¹⁸ отчеты о любой модерации ими контента, включая классифицированную по типам нелегального контента информацию о: мерах модерации, принятых по собственной инициативе; числе жалоб на контент, полученных через внутренние системы поставщика, и решениях по ним; применении автоматизированных средств модерации, в том числе спецификации их целей и индикаторах точности.

Регламент устанавливает, что:

а) отчеты должны подаваться в формате CSV или XLSX по форме в приложении 1 к регламенту. Включает 15 категорий контента для классификации информации¹⁹, что повышает сопоставимость отчетов разных компаний;

б) отчетные периоды для очень крупных онлайн платформ – с 1 января по 30 июня и с 1 июля по 31 декабря;

в) отчеты должны оставаться доступными в течение 5 лет.

Опыт Южной Кореи

После ареста г-на Дурова в августе 2024 г. во Франции (см. [Мониторинг № 8](#)) Telegram стал сотрудничать с правоохранительными органами других стран, в том числе Южной Кореи²⁰.

В ноябре Комиссия по коммуникациям Южной Кореи²¹ направила запрос Telegram о борьбе с распространением на его платформе незаконного контента, включая дипфейки сексуального характера, и о назначении ответственного менеджера по защите молодежи, чтобы побудить Telegram усилить внутреннее регулирование²². Telegram исполнил требования и в сотрудничестве с Комиссией через назначенного менеджера планирует

блокировать вредоносную для молодежи информацию.

Опыт США

14 ноября 2024 г. компания X подала иск против властей Калифорнии, касающийся Закона 2024 г. о защите демократии от вводящих в заблуждение дипфейков²³ (AB 2655)²⁴. Закон требует от крупных онлайн платформ, таких как X, удалять или помечать контент о кандидатах, лицах, организующих выборы, и выбранных должностных лицах, который штат считает «существенно вводящим в заблуждение», а также создать механизм, позволяющий людям сообщать платформе о таком контенте.

Компания X добивается судебного запрета на исполнение данного закона, поскольку, по мнению компании, закон приводит к тому, что штат, а не платформа, даже имеющая систему модерации контента, будет решать, какой контент появится на платформе, что противоречит нормам о защите свободы слова: первой поправке к Конституции США и разделу 2 ст. 1 Конституции Калифорнии. Таким образом, компания ставит под сомнение конституционность и юридическую силу Закона AB 2655.

Важно, что определение существенно вводящего в заблуждение контента в законе²⁵ не ограничивается дипфейками и продуктами чат-ботов. Закон противоречит позиции Верховного суда США в деле Moody против NetChoice LLC 2024 г.: когда платформа представляет отобранную и отредактированную компиляцию слов лица – это защищено законом о свободе слова.

X подчеркивает, что компании не могут быть уверены в соблюдении требований Закона AB 2655, так как определение контента в нем базируется на множестве неопределенных или оценочных понятий. Например, к числу таких понятий относятся

regulation-laying-down-templates-concerning-transparency-reporting-obligations

¹⁷ <https://eur-lex.europa.eu/eli/reg/2022/2065/oj>

¹⁸ Поставщики очень крупных онлайн платформ (*very large online platforms*) – 1 раз в 6 мес.

¹⁹ Защита прав животных; нарушения информирования потребителей; кибернасилие; кибернасилие против женщин; нарушения защиты данных и конфиденциальности; незаконные или наносящие вред высказывания; нарушения авторских прав; отрицательное влияние на общественный дискурс или выборы; защита несовершеннолетних; риск для общественной безопасности; скам и/или мошенничество; причинение себе вреда; небезопасные, не соответствующие требованиям или

запрещенные продукты; насилие; иные нарушения условий поставщика услуг.

²⁰ <https://www.france24.com/en/live-news/20240930-telegram-cooperates-with-s-korea-deepfake-porn-crackdown-regulators>

²¹ Korea Communications Commission

²² <https://kcc.go.kr/user.do?mode=view&page=A05030000&dc=K05030000&boardId=1113&cp=1&nop=10&boardSeq=64498>

²³ Defending Democracy from Deepfake Deception Act.

²⁴ <https://www.courthousenews.com/wp-content/uploads/2024/11/xcorp-2655-lawsuit.pdf>

²⁵ § 20512(i); https://leginfo.ca.gov/faces/billNavClient.xhtml?bill_id=20230240AB2655.

«сатира» и «пародия», поскольку контент, включая дипфейки, созданный в этом качестве, не подпадает под требования об удалении и маркировке.

Также, по мнению X, закон вступает в противоречие с национальным регулированием сферы телекоммуникаций, которое запрещает рассматривать онлайн-платформы как публикующих лиц/ спикеров в отношении информации от других поставщиков контента²⁶. Компания ссылается в том числе на позицию суда по делу Calise против Meta Platforms Inc. 2024 г., что эта норма закона защищает компанию Meta от требований проверять и оценивать рекламные объявления третьих лиц.

Опыт России

В России не удалять незаконный онлайн-контент становится дорого. В начале ноября сразу несколькими технологическими гигантами были присуждены значительные штрафы за нарушение ч. 2 ст. 13.41 КоАП РФ.

Кроме того, в ноябре были приняты поправки в ФЗ «Об информации», запрещающие распространение в интернете информации, пропагандирующей отказ от деторождения (п. И ст. 10-6). Распространение такой информации может привести к внесудебной блокировке информационного ресурса (п. Л ст. 15-1). Проблема в том, что неясно, подпадают ли под такую категорию книги об осознанном родителстве (о необходимости предварительных условий, эмоциональной и материальной зрелости, для деторождения) или публичная критика государственных демографических программ.

4. Либерализация трансграничных потоков данных

По оценкам Всемирного Банка, доля цифровой экономики составляет 15% мирового ВВП, последние 10 лет опережая традиционную экономику по ежегодному росту в 2,5 раза²⁷. Сегодня страны стремятся сбалансировать требования по обороту данных для устранения лишних барьеров. Так, Китай в ноябре 2024 г. выступил с

международной инициативой по упрощению трансграничных потоков данных.

Опыт Китая

Проект «Глобальной инициативы сотрудничества по трансграничным потокам данных» предполагает решение следующих задач:

- 1) запрет дискриминировать страны при регулировании трансграничной передачи данных;
- 2) запрет использовать факт применения государством каких-либо ограничений или требований в области данных как предлог для ограничения потоков данных на территорию этого государства;
- 3) сотрудничество по защите персональных данных;
- 4) взаимное признание стандартов в области защиты данных;
- 5) определение закрытых перечней типов данных для специального регулирования;
- 6) определение условий здоровой конкурентной среды в области оборота данных. Например, разработка мер регулирования цифровых платформ, препятствующих монополизации рынка цифровых услуг на основании аккумуляции больших массивов данных;
- 7) поддержка развивающихся стран в цифровизации экономики, например, за счет технической помощи;
- 8) определение практик недобросовестного обращения с данными.

От реализации «Международной инициативы» Китай ждет обеспечения свободной циркуляции данных не только из Китая, но и из третьих стран в Китай. Так, по объему рынка электронной коммерции Китай занимает первое место, опережая США в 2,2 раза²⁸. Также Китай активно развивает технологии, основанные на данных: доля Китая в глобальном финансировании ИИ-стартапов достигает 48%²⁹.

Опыт России

В России трансграничная передача персональных данных ограничена требованием о предварительном уведомлении Роскомнадзора о передаче

²⁶ 47 U.S. Code § 230(c)(1), <https://www.law.cornell.edu/uscode/text/47/230>

²⁷ <https://www.edgemiddleeast.com/business/dco-2030-digital-economy-to-contribute-30-of-global-gdp-and-create-30-million-jobs-by-2030>

²⁸ <https://www.statista.com/chart/32159/revenues-in-the-e-commerce-segment-by-country/>

²⁹ <https://www.statista.com/chart/14218/china-dominates-global-funding-of-ai-startups/>

данных в третьи страны. Роскомнадзор может принять решение об ограничении передачи данных, но критерии, по которым может быть принято такое решение, не раскрываются. С точки зрения принципов китайской инициативы такие рискованные регуляторные меры могут рассматриваться как средства произвольного ограничения передачи данных в Китай.

5. Запрет социальных сетей для детей

Опыт Австралии

В Австралии принят Закон, ограничивающий использование детьми до 16 лет социальных сетей. Платформы должны внедрять в свои системы методы проверки возраста лица при создании аккаунтов, однако закон требований к такой верификации не содержит.

Опыт Техаса (США)

В штате Техас законопроект³⁰ предлагает установить возрастной порог для доступа к социальным сетям – 18 лет. При этом в Техасе требование по внедрению метода верификации возраста должен быть коммерчески обоснованным.

В Техасе предложено правило, что с запросом на удаление существующего аккаунта может обратиться родитель или опекун ребенка, в таком случае платформе необходимо удостовериться в наличии родства между людьми.

Опыт Китая

В Китае выпущено руководство³¹ по созданию режима несовершеннолетних (до 18 лет) для поставщиков мобильных устройств, приложений и платформ размещения приложений. Разработчики должны обеспечить простоту входа и выхода из детского режима на устройствах или платформах, обеспечить связь между девайсами по переходу из режимов.

Детский режим должен включать:

1) ежедневный лимит использования устройства, приложения (например, не более 1 часа в день для детей до 16 лет);

2) требования по модерации контента – ограничение опасного для детской психики контента или побуждающего к девиантному поведению;

3) технические настройки, которые должны учитываться при эксплуатации (например, блокировка незнакомых пользователей, настройки снижения видимости информации о детях).

Опыт России

В России Закон «О защите детей от информации, причиняющей вред» не содержит каких-либо ограничений использования социальных сетей. Закон не содержит и еще более важных мер – против кибербуллинга, отслеживания детей через геолокацию (отключение геолокации для аккаунтов детей в соцсетях) и пр.

³⁰ <https://legiscan.com/TX/text/HB186/id/3026218>

³¹ https://www.cac.gov.cn/2024-11/15/c_1733364304749288.htm