

ОСОБЕННОСТИ ЭКОНОМИЧЕСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ БЛОГЕРОВ, ИХ ВЛИЯНИЕ НА ОБЩЕСТВО

Осоко Я.С., Альпидовская М.Л.

Финансовый университет, Москва, Россия

Аннотация. Данная статья посвящена одной из актуальных проблем экономической сферы Российской Федерации – теневой деятельности блогеров. Подробно изучена блогосфера как социально-экономическая система. Проанализирована динамика роста использования социальных сетей для получения прибыли. Выявлены основные пути психологического влияния на общество. В связи с исследованными данными, внесены предложения по совершенствованию и оптимизации налоговых правоотношений и созданию новых проектов развития для защиты пользователей сети.

Ключевые слова: блогер, теневая экономика, государственное регулирование, новые медиа, блогосфера.

Предполагается, что современная жизнь в большей своей степени протекает в эпоху цифровизации. Происходит технологическая революция, которая меняет человеческое сознание и заставляет мышление подстраиваться под рамки современности. Огромное влияние приобретают информационные технологии и инновации, проникающие во все сферы жизни общества. Каждая отрасль человеческой деятельности находится под угрозой модернизации.

В XXI веке обмен информацией стал неотъемлемой частью жизни. Когда человек рождается, то получает огромный мир, который создан только для него. Первично это выражается в виде семьи и заботы со стороны близких, затем, после периода взросления, мы расширяем свои границы. Горизонты перестают ограничиваться городами, регионами, народностями и даже странами. Потребностью человека становится чувство причастности к этому миру. Мы начинаем потреблять самого себя, чтобы ощутить полноценное воздействие на окружающую действительность.

Чувство свободы и самовыражения привело к появлению блога. Это своеобразный дневник, который представлен в сети Интернет на всеобщее обозрение. Таким образом, блог – это обычная тетрадь со стихами, цитатами, песнями, мыслями и т.д., только представленная в цифровом формате. Первые онлайн-дневники стали появляться в середине 90-х годов прошлого столетия, что стало популярным средством получения и распространения новостей, развлечением, а также средством обмена мнениями по различным вопросам. Начала зарождаться блогосфера.

Следовательно, блогер – это человек, систематически ведущий свой интернет-дневник, который пользуется популярностью у интернет-пользователей. Читателями блогера становятся все его подписчики, те люди, которые отслеживают появление записей в дневнике. В большинстве случаев это люди, которые интересуются определенной сферой деятельности и имеют такие же проблемы, что и блогер.

Платформа Интернет формирует качественно новые общественные отношения и объединяет населения разных государств единым пространством. Однако следует признать, что общество становится зависимым от социальных сетей. Об этом свидетельствуют статистические данные «We Are Social» и «Hootsuite» за 2018 и 2019 год. На сегодняшний день в мире насчитывается 5,11 миллиардов пользователей с уникальными мобильными технологиями, что на 2% (100 миллионов) больше, чем данный критерий 2018 года. Регистрация в социальных сетях возросла на 9% по сравнению с 2018 годом, когда составляла 3,48 миллиардов пользователей. И аудитория Интернета уже насчитывает 4,39 млрд, что примерно на 366 млн (9%) больше, чем показатели за январь прошлого года. Если рассматривать динамику с 2014 года, то глобальная сеть увеличила свое число на 21%

в период с 2014 по 2015 год, затем динамика начала уменьшаться и с 2016 по 2017 увеличилась лишь на 6,6%. В среднем, за анализируемый период (с 2014 по 2019 гг.) число интернет пользователей увеличилось на 75%, более чем 1,9 млрд. [4]

Таким образом, тема данной статьи актуальна для общества и государства, в частности, так как с развитием возникают новые угрозы, которые необходимо урегулировать. Хобби ведения дневника превратилось в цифровую профессию, с помощью которой можно развиваться и зарабатывать деньги. При этом оставляя свои доходы в тени, ведь правовых норм со стороны государства не предусмотрено.

Стоит отметить, что попытки изменения законодательства для регулирования людей со статусом блогеров вводились. 5 мая 2014 года №97-ФЗ были внесены изменения в федеральный закон Российской Федерации №149-ФЗ от 27.07.2006 «Об информации, информационных технологиях и о защите информации», который относился к деятельности блогеров. Также дополнительные законодательные акты РФ, которые позволяют упорядочить обмен информацией с использованием информационно-телекоммуникационных сетей. Согласно законодательству, блогером считается «владелец Интернет-сайта или страницы Интернет-сайта, на которых размещается общедоступная информация и доступ к которым в течение суток составляет более трех тысяч пользователей». Закон обязывал блогеров соблюдать требования законодательства РФ, проверять достоверность размещаемой информации, не допускать распространение информации о частной жизни граждан, а также размещать свою фамилию, инициалы и электронный адрес для направления юридически значимых сообщений. Роскомнадзор создал реестр блогеров, в который заносилось количество посещений в сутки.

Однако 1 августа 2017 года реестр фактически перестает существовать. Это происходит из-за того, что в июле 2017 года насчитывалось около 2200 блогеров, но реальная активность интернет-пользователей доказывала обратное.[4] Следовательно, закон устанавливал негибкие критерии для получения статуса «блогера». Устанавливая уже существующие нормы для новой деятельности, следует учитывать, что это не просто журналист, который имеет зону ответственности, а пользователь с обширной аудиторией, часть цифровой цепи. Это не профессия, блогеры не проверяют факты, никому не подчиняются и могут рисковать только своей репутацией.

На сегодняшний день возникают новые угрозы со стороны деятельности блогеров – развитие теневого сектора. Согласно данным за 2019 год существует 16-18 тысяч блогеров, которые зарабатывают примерно 10 миллиардов рублей в год. Отдельного законодательства для регулирования этих доходов и уплаты налогов не существует. Однако обязанность уплаты налогов есть для всех граждан, которые получают доход от деятельности, она указана в письме Минфина России от 20.08.2018 №03-04-05/58764. Так как юридической закреплённости аккаунтов за конкретными людьми нет, то легализация рекламной деятельности, консультационной, образовательной тоже отсутствует, как и налог на прибыль, а также все прилегающие налоги, которые относятся к определенным сферам обложения.

В российском законодательстве работает только один инструмент контроля, который косвенно затрагивает деятельность блогеров. Он связан с борьбой с терроризмом и экстремизмом. Данная информация действительно быстро находится, далее следует удаление контента, но других последствий нет. Таким образом, существует полная свобода самовыражения.

Сегмент блогосферы является сложным объектом для контролирования, в связи с динамичным развитием технологий и распространения информации в сети. Однако, если законодательство не может успеть за стремительными изменениями цифровой деятельности блогеров, то стоит надеяться на саморегулирование, которое выражается в моральных и этических нормах общества. Ведь психологическое влияние на людей в условиях рынка, который создают блогеры, имеет значительное влияние на отношение общества к разным сферам пропаганды.

Существуют определенные критерии того, что блогер ждёт от рынка для успешного функционирования. Например, сокращение финансовых затрат на производство контента, развитие возможностей для размещения информации рекламного характера, удобство и простота функционирования платформы, защита собственных интересов, отзывчивость подписчиков, быстрый и эффективный способ распространения информации, доверие и симпатия аудитории к предоставляемому контенту блогеров, которые позиционируют себя не как часть цифрового рынка, а как друг и советчик в определенном вопросе.

Ожидания есть не только у блогеров, рекламодатели тоже имеют определенные требования. Такие как гарантии качественной работы блогера, контроль за безопасностью бренда, чтобы защитить свою репутацию от некачественного и негативного контента, открытые статистические данные по количеству охвата и вовлеченности подписчиков. У каждого работодателя существует собственная система контроля и наказания недобросовестных блогеров, в большинстве случаев не автоматизированная.

Теоретически, когда человек делится определенной информацией с большой аудиторией – это уже осознанная ответственность своих действий. Ведь от качества предоставляемых материалов зависит прирост аудитории, что имеет прямое влияние на популярность блога и прибыльность. Это позволяет сделать вывод о сходстве со средствами массовой информации, но у блога есть узнаваемое лицо. При возникновении конфликтной ситуации пострадает не собирательный образ, а конкретный человек с устоявшейся репутацией. Аудитория требует ответственности блогеров, честности и открытости при размещении рекламы какого-либо бренда (в том числе случаи, когда отзывы негативные), достоверность при передаче информации, их фактическая обоснованность.

В действительности блогосфера имеет неоднозначные ценности. Существует осознанная ответственность, которая накладывается каждым блогером самостоятельно. Чаще всего она проявляется у людей, которые занимались или совмещают деятельность блогера с журналистикой. Нужно учитывать тот факт, что не все выбрали профессию блогера осознано. Многие начали создавать личный аккаунт, аудитория появилась через время, когда произошел скачок спроса на маркетинговые услуги. Сейчас они стали пользоваться услугами маркетологов, веб-дизайнеров, фотографов, администраторов и программистов, которые совершенствуют блог, часто выходя за правовые нормы, а также за рамки авторского права.

Большинство блогеров не руководствуются морально-этическими ориентирами при распространении информации, а стремятся только к получению прибыли и популярности. Погоня за хайпом (англоязычное слово, которое характеризуется как «ажиотаж» или «шумиха» вокруг чего-либо) позволяет почувствовать значимость своего мнения, привлекает внимание к человеку или ситуации, поэтому блогеры активно пользуются этим. В 2017 году хайп начал принимать негативное значение, так как характеризовался преследованием меркантильных целей – конкурентное преимущество, известность, прибыльность, пиар на негативных событиях.

Когда аудитория блогера составляет определённое количество людей – появляется возможность размещения рекламы. Возникают два варианта контента: посредственный и качественный. Первый вариант может быть представлен в виде беспроигрышной лотереи, бесплатных подарков или легкой возможностью заработать деньги (например, казино). Во втором варианте реклама воспринимается скорее, как рекомендательный инструмент с приятным бонусом в виде денег для блогера. В оплаченных постах всегда есть специальная маркировка, как обязательный минимум. Чаще всего, такая реклама действительно работает, однако выглядит она достаточно очевидно, отличить не составит труда. Так же блогеры предпочитают рекламировать товары или услуги по бартеру с компанией или возможностью получения скидки для своих подписчиков, таким образом увеличивая спрос своей аудитории.

Таким образом, возникла идея создать ассоциацию блогеров, которая объединит людей для решения и обсуждения насущных вопросов общества, позволит проводить обучающие

мероприятия. Преимуществом станет возможность блогеров самостоятельно выработать «свод правил», в коллаборации с аудиторией, рекламодателями и представителями государства. Только при таких условиях появится потенциал к выработке консолидированной позиции и нормам регулирования деятельности блогеров.

Очевидно, что без единых стандартов работы блогеров и рекламодателей рынок будет оставаться в тени, не будет вносить свой вклад в развитие государства. Но заинтересованность в устойчивой системе блогов, чтобы трансформировать рынок маркетинга в стабильный, законный и приносящий полу обществу, очевидна. Поэтому необходимо уплачивать налоги, как только у блогеров появляются первые доходы. Так как отдельного нормативно правового акта для регулирования деятельности блогеров нет – нужно применять общие положения закона, которые касаются налогообложения физических и юридических лиц в РФ. Следовательно, блогер может уплачивать налоги как физическое лицо (НДФЛ для резидентов 13%, для нерезидентов 30%) (в соответствии с п.1,3 ст.224 НК РФ), индивидуальный предприниматель (выбирая одну из трех систем налогообложения: упрощенная система налогообложения – гл. 26.2 НК РФ; общая система налогообложения – гл.2 ст. 13-15 НК РФ; налог на профессиональный доход – Федеральный закон от 27.11.2018 №422-ФЗ), самозанятый (НПД) (в соответствии с №422-ФЗ).

В случае с физическими лицами НДФЛ отчисляется российской компанией (ИП), с которой сотрудничает блогер. Организация заключает с хозяином страницы договор и сама удерживает из его дохода необходимую сумму. Этот способ уплаты налога подойдет тем, чей доход носит нерегулярный характер (чтобы ИП не уплачивал страховых взносов сверх гонорара), а предложения по продаже рекламы не систематическими. Если партнером выступает физическое лицо, то подавать декларацию блогер должен самостоятельно.

Если деньги поступают на счет регулярно, то приобретается статус предпринимателя и регистрация обязательно (п.1 ст.2 ГК РФ), иначе предусмотрена уголовная и административная ответственность. Налоговая нагрузка по ОСН достаточно ощутима, поэтому ИП чаще отдают предпочтение УСН, предусматривающей ставку 6%. С 1 января 2019 года блогеры вправе перейти на новый налоговый режим – налог на профессиональный доход. Налоговые ставки по НПД составляют 4% по доходам, полученным от физических лиц и по 6% по доходам от ИП или юридического лица. Легализация доходов сегодня касается только бизнес-ориентированных блогеров, когда происходит сотрудничество на коммерческой основе. Неурегулированными остаются бартерные рекламы товаров и услуг, что необходимо учесть в законодательстве.

Подводя итог, хотелось бы отметить, что государство стремится регулировать блогосферу, но делает это через призму старой парадигмы развития медиа права, которая была направлена на либерализацию и ослабление государственного контроля. Российское законодательство приравнивает правовой статус журналиста и блогера, устанавливая негибкие критерии для отличия. Игнорируются международные принципы управления Интернетом, на уровне ООН, Совета Европы и ОБСЕ, такие принципы как расширенные возможности интернет-пользователей, многостороннее регулирование, сохранение целостности, открытости и архитектуры Интернета. У России есть возможность решить эту проблему с помощью инновационных центров и знаний специалистов данной области. Поскольку, наделяя Роскомнадзор большими полномочиями, который редко реагирует на нарушения жесткими мерами, страна допускает развитие правового нигилизма. Если принятые законы не исполняются или исполняются селективно, последствиями может стать отсутствие веры в необходимость права и его общественную полезность. Что касается психологической составляющей, при чтении или просмотре определенных материалов, публикация блогера или статья федерального СМИ, должна присутствовать собственная медиа грамотность. В XXI веке каждый имеет право на анализ информации, которая существует в открытом доступе, учитывая тот факт, что она способна порождать не только хаос, но и выбор.

Список литературы

1. Федеральный закон от 27.07.06 №149-ФЗ (ред. от 18.03.19) «Об информации, информационных технологиях и о защите информации»
2. Федеральный закон от 5.05.14 № 97-ФЗ (ред. от 29.07.17) «О внесении изменений в Федеральный закон „Об информации, информационных технологиях и о защите информации“ и отдельные законодательные акты РФ по вопросам упорядочения обмена информацией с использованием информационно-телекоммуникационных сетей»
3. Альпидовская М.Л., Цхададзе Н.В. и др Новое качество социально-экономического прогресса: вызовы и шансы // НИИ Экономики ЮФО, Краснодар 2019. С. 7-20.
4. Гимадеева Д.Р. Профессиональная самореализация в сети (на примере социальной сети Инстаграм) // Социодинамика. 2016. № 10. С. 28-36.
5. Морковкин Д.Е. Влияние теневой занятости на социально-экономическое развитие современной России // Самоуправление. 2019. № 1. С. 264-270.
6. Соболева Л. Феномен «Инстаграма». Как раскрутить свой аккаунт и заработать / Л. Соболева, Я. Сурженко. М.: «Издательство АСТ», 2018. – С. 295 .
7. Simon Kemp Digital 2019: the Russian Federation // URL: <https://datareportal.com/reports/digital-2019-russian-federation> (дата обращения 16.11.19).

ПРЕСТУПЛЕНИЯ В СФЕРЕ ЭКОНОМИЧЕСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ КАК УГРОЗА ЭКОНОМИЧЕСКОЙ БЕЗОПАСНОСТИ

Селивановская Ю.И.

Казанский федеральный университет, Россия, Казань

Аннотация. В данной статье рассматриваются преступления в сфере экономической деятельности в качестве угрозы экономической безопасности, а также вопросы совершенствования уголовно-правовой охраны экономических отношений как способ обеспечения экономической безопасности Российской Федерации.

Ключевые слова: экономическая безопасность, угрозы экономической безопасности, преступления в сфере экономической деятельности.

Вопросы обеспечения экономической безопасности государства волнуют каждого гражданина любого государства. Экономическая безопасность является важнейшим элементом национальной безопасности Российской Федерации. Под экономической безопасностью понимается защищенность экономики России от внешних и внутренних угроз, неблагоприятно воздействующих на экономическое функционирование, подрывающих уровень жизни населения. А.В. Лукьянов рассматривает экономическую безопасность как «национальную безопасность в узком смысле и представляет собой экономические отношения, как горизонтальные, так и вертикальные, между государством, регионами, фирмами и отдельными индивидами по поводу достижения такого уровня экономики, при котором обеспечивается эффективное удовлетворение потребностей и гарантированная защита интересов всех субъектов экономики, даже при неблагоприятных условиях развития внутренних и внешних процессов». [1]

Угрозы экономической безопасности, как явления и процессы, способные оказать негативное влияние на экономику государства, на удовлетворение экономических потребностей человека, групп населения, общества и государства, принято разделять на внутренние (внутригосударственные) и внешние. К основным внутригосударственным угрозам экономической безопасности относятся социальное неравенство, криминализация экономики, коррупция. К внешним угрозам относят утечку капитала, утечку «мозгов», импортную зависимость российской экономики и т.д.