

УДК 342.7

DOI <https://doi.org/10.24144/2307-3322.2025.87.2.48>

ПРАВОВИЙ СТАТУС КОРИСТУВАЧІВ ІЗ ВЕЛИКИМ ВПЛИВОМ НА ПЛАТФОРМАХ СПІЛЬНОГО ДОСТУПУ ДО ІНФОРМАЦІЇ: ПЕРСПЕКТИВИ ВИЗНАННЯ СУБ'ЄКТАМИ ОНЛАЙН-МЕДІА В УКРАЇНІ

Гаркот А.І.,
аспірант

юридичного факультету

Львівського національного університету ім. І. Франка

ORCID: 0009-0006-7316-7348

e-mail: andrii.harkot@gmail.com

Гаркот А.І. Правовий статус користувачів із великим впливом на платформах спільного доступу до інформації: перспективи визнання суб'єктами онлайн-медіа в Україні.

У даній науковій статті описуються зміни, що відбулися у медіаспоживанні у зв'язку з цифровізацією. Підкреслюється особлива роль контенту, що створюється користувачами платформ спільного доступу до інформації. Аналізуються Директиви Європейського Парламенту, що мають на меті створити загальні для Європейського Союзу принципи регулювання створюваного користувачами контенту, зокрема в частині захисту неповнолітніх, заборони поширення шкідливої чи небезпечної інформації та обмежень щодо реклами окремих видів товарів та послуг. Також у статті акцентується увага на існуючих ризиках використання контенту на платформах спільного доступу до інформації та можливих маніпуляцій алгоритмами з метою впливу на соціально-політичні, електоральні процеси з боку іноземних держав чи власників цифрових платформ.

Досліджується досвід регулювання користувачів з великим впливом на платформах спільного доступу до інформації у Королівстві Іспанія. Проаналізовано критерії віднесення до такої категорії користувачів, а також особливості їхнього правового статусу. Виокремлено особливості регулювання створюваного користувачами контенту у Франції. Зокрема, позитивно охарактеризовано обов'язок авторів контенту використовувати спеціальні маркування у випадку, коли контент було створено за допомогою інструментів штучного інтелекту або якщо зображення чи відео було відретушовано.

У статті вказано на виключну важливість регулювання діяльності користувачів платформ спільного доступу до інформації з великою аудиторією в Україні, з урахуванням їх ключової ролі у медіаспоживанні українців, а також безпековими ризиками в умовах війни. На підставі аналізу наявного національного регулювання з урахуванням міжнародного досвіду, зроблено висновок, що найоптимальнішим шляхом для врегулювання правового статусу користувачів з великим впливом на платформах спільного доступу до інформації є поширення на них статусу суб'єктів онлайн-медіа. Підкреслюється, що такі зміни усунули б проблему, за якої більшість джерел інформації, якими щоденно користуються мільйони українців, фактично не вважаються медіа та ніяк не регулюються відповідним законодавством. Вказані зміни стали б основою для подальшого регулювання, зокрема в частині розробки ефективної процедури обмеження доступу до ресурсів, що порушують законодавство та створення системи стримувань, яка запобігала б використанню такого контенту у майбутньому для недобросовісної агітації чи політичних маніпуляцій з боку ворожих іноземних держав.

Ключові слова: платформи спільного доступу до інформації, контент, медіа, онлайн-медіа, суб'єкти онлайн-медіа, медіаспоживання, інформація, відеохостинг, соціальні мережі.

Harkot A.I. The legal status of the users of high impact of information sharing platforms: prospects for recognition as online media entities in Ukraine.

This research article describes the changes that have taken shape in media consumption due to digitalisation. It emphasises the special role of content created by users of information sharing platforms.

The article analyses the European Parliament Directives aimed at establishing common principles for the European Union for the regulation of user-generated content, in particular, in terms of protection of minors, prohibition of dissemination of harmful or dangerous information and restrictions on advertising of certain types of goods and services. The article also focuses on the existing risks of using content on information sharing platforms and possible manipulation of algorithms to influence socio-political and electoral processes by foreign states or owners of digital platforms.

The author studied the experience of regulating users of information sharing platforms with a large influence in the Kingdom of Spain. The criteria for classifying such users as well as the specifics of their legal status are analysed. The article also highlights the special features of regulation of user-generated content in France. In particular, the author positively describes the obligation of content authors to use special labels in case the content was created using artificial intelligence tools or if the image or video was retouched.

The article points out the crucial importance of regulating the activities of users of information sharing platforms with a large audience in Ukraine, taking into account their key role in the media consumption of Ukrainians, as well as safety risks in times of war. Based on the analysis of the existing national regulation, taking into account international experience, the author concludes that the best way to regulate the legal status of users of platforms for sharing information with a large audience is to extend the status of online media entities to them. It is emphasised that such changes would eliminate the problem that most sources of information used by millions of Ukrainians on a daily basis are not actually considered media and are not regulated by the relevant legislation. These changes would become the basis for further regulation, in particular, in terms of developing an effective procedure for restricting access to resources that violate the law and creating a system of deterrence that would prevent the use of such content in the future for unfair campaigning or political manipulation by hostile foreign states.

Key words: information sharing platforms, content, media, online media, online media entity, media consumption, information, video hosting, social networks.

Постановка проблеми. Процес всеосяжної діджиталізації призвів до серйозних змін у структурі медіаспоживання населення майже у всіх країнах світу. Користувачі використовують онлайн-ресурси задля пошуку різноманітного контенту: розважального, інформаційного, освітнього тощо. Все частіше вони обирають не онлайн-версії традиційних медіаресурсів, таких як телеканали, радіостанції чи друковані видання, а саме контент, який створюється індивідуальними користувачами або їх невеликими командами. Такі користувачі зазвичай називаються «блогерами» або «інфлюенсерами». Розміщуючи контент на платформах спільного доступу до інформації, таких як соціальні мережі, месенджери, відеохостинги, вони здобувають значну аудиторію, яка співмірна з аудиторією згаданих вище традиційних медіа або навіть перевершує її. При цьому на них не поширюються законодавчі обмеження, характерні для медіа. Це призвело до актуалізації питань щодо їх правового статусу, зокрема в частині поширення ними інформації, що може бути шкідливою для неповнолітніх, розміщення реклами чи використання об'єктів інтелектуальної власності. Одним із важливих питань, що обговорюються в ході реформи медіа законодавства в Україні, є можливість поширення на осіб, що мають велику аудиторію та розміщують контент на власних сторінках у соціальних мережах чи відеохостингах, статусу суб'єктів онлайн-медіа. Саме тому, важливим є дослідити наявний іноземний досвід, зокрема досвід країн-учасниць Європейського Союзу, що тим чи іншим шляхом врегульовують діяльність таких користувачів, задля пошуку практик, що можуть бути імплементовані для покращення національного законодавства.

Метою цієї наукової статті є аналіз можливості надання користувачам платформ спільного доступу до інформації, які мають велику аудиторію, правового статусу суб'єктів онлайн-медіа, з урахуванням підходів до відповідного регулювання в окремих державах-учасницях Європейського Союзу.

Виклад основного матеріалу. Одним із перших кроків для встановлення регламентації правового статусу користувачів платформ спільного доступу до відео та інформації в Європейському Союзі стала Директива Європейського Парламенту та Ради ЄС 2018/1808/EU від 14 листопада 2018 року, якою вносилися зміни у Директиву 2010/13/EU «Про координацію певних положень, встановлених законами, підзаконними актами та адміністративними положеннями у державах-членах стосовно надання аудіовізуальних медіапослуг». Пояснюючи необхідність такого регулювання, Європейський Парламент не лише вказав на згадані вище тенденції збільшення кількості користувачів онлайн-ресурсів, зокрема сервісів спільного доступу до відео, а також під-

креслив їх особливу популярність серед неповнолітніх та молоді, що зумовлює необхідність їхнього захисту від шкідливої інформації.

Для цього було введено термін «відео створені користувачами» (user-generated video), що означає набір рухомих зображень зі звуком або без нього, що становлять окремий елемент, незалежно від його тривалості, створений користувачем і завантажений на платформу для обміну відео цим користувачем або будь-яким іншим користувачем. У Директиві зазначається, що хоча платформи спільного доступу до відео і не мають редакційного контролю над відео, що публікуються їх користувачами, вони повинні здійснювати модерацію такого контенту на предмет наявності інформації, що порушує законодавство.

Зокрема, передбачається необхідність розробки державами-учасницями законодавства, що зобов'язало б онлайн-платформи в межах їхньої юрисдикції обмежувати доступ до відео, в тому числі створеного користувачами, що містить інформацію, яка може нашкодити фізичному, психічному чи моральному розвитку неповнолітніх, а також інформацію, що може містити розпалювання ворожнечі або заклики до насильства щодо груп осіб, чи заклики до терористичної та іншої незаконної діяльності.

Також передбачається необхідність поширення на відео, що створені користувачами, обмежень притаманних для аудіовізуальних медіа. Зокрема, це стосується обмеження реклами окремих видів товарів та послуг, необхідності чіткого маркування рекламного, спонсорського контенту чи продакт-плейсменту[1].

Ще однією проблемою, що привернула увагу європейських законодавців, стала можливість використання контенту на платформах спільного доступу до інформації, як інструменту для політичних маніпуляцій. 24 листопада 2024 року у Румунії відбувся перший тур виборів президента. Проте Конституційний Суд Румунії своїм рішенням №32 від 6 грудня 2024 року скасував результати виборів, вказавши на необхідність розпочати виборчий процес спочатку. Серед причин такого рішення, Суд вказав на те, що Уряд не вжив достатньо заходів задля протистояння ризикам пов'язаним з організованими кампаніями з поширення дезінформації щодо виборчого процесу, а також можливого використання маніпуляції алгоритмами платформ спільного доступу до інформації, задля надання певним кандидатам несправедливих переваг, що суперечило принципам виборчого законодавства [2].

У зв'язку зі вказаними подіями Єврокомісія розпочала розслідування проти TikTok через можливі порушення Акту про цифрові послуги (Регламенту (ЄС) 2022/2065 Європейського Парламенту та Ради від 19 жовтня 2022 року про внутрішній ринок цифрових послуг та внесення змін до Директиви 2000/31/ЄС) під час виборчого процесу. На дебатах, що відбулися у Європейському парламенті з цього питання, депутати висловилися, що можливість використання цифрових платформ задля впливу на електоральні процеси з боку іноземних держав чи власників платформ спільного доступу до інформації є головною загрозою для європейської демократії та вказали на необхідність удосконалення передбачених Актом про цифрові послуги механізмів, задля унеможливлення подібного впливу в майбутньому [3]. Визначення цієї проблеми як однієї з пріоритетних дає підстави очікувати, що вже у 2025 році Європарламент розробить необхідні правові інструменти задля боротьби з іноземним, зокрема російським, втручанням у вибори та спробами підірвати довіру до демократичних процесів.

Однією з перших держав, яка розробила законодавство для імплементації положень Директиви 2018/1808/EU, стало Королівство Іспанія. 7 липня 2022 року було прийнято «Загальний закон про аудіовізуальну комунікацію». Ним, серед іншого, в законодавство введено термін «користувачі, що мають особливе значення». Це особи, що публікують відео на платформах спільного доступу з метою поширення інформаційного, освітнього чи розважального контенту, що мають редакційний контроль над таким контентом, а також для яких створення такого контенту становить основну або значну частину доходу[4].

30 квітня 2024 року було прийнято Королівський декрет 444/2024, яким було встановлено критерії віднесення до користувачів платформ спільного доступу до відео до таких, що мають особливе значення. Зокрема, такими користувачами вважатимуться особи, які:

1) За попередній календарний рік отримали від своєї діяльності з розміщення відео на платформах спільного доступу дохід, у тому числі дохід від рекламної діяльності, зборів, платежів чи внесків, зроблених глядачами, або дохід від інших контрактів, пов'язаних з розміщенням відео, який становить не менше 300 000 євро.

2) Мають значний вплив на громадськість, зокрема кількість їхніх підписників на платформі спільного доступу до відео в будь-який період попереднього календарного року становила або перевищувала 1 000 000 користувачів, або, якщо особа користується декількома такими платформами – загальна сума її підписників становила або перевищувала 2 000 000 користувачів.

3) Особа за попередній календарний рік опублікувала не менше 24 відео. Водночас їх тривалість не має значення [5].

Відповідне законодавство не поширюється на освітні чи культурні установи, державні органи, політичні партії, некомерційні та неурядові організації, що висвітлюють свою діяльність, а також на працівників та компанії, що використовують ці сервіси для просування своїх продуктів.

Усі користувачі, які відповідають зазначеним критеріям, повинні протягом двох місяців зареєструватися у державному реєстрі, створеному Міністерством економічних відносин та цифрової трансформації Іспанії. На них будуть поширюватися законодавчі вимоги, аналогічні тим, що встановлюються для інших надавачів аудіовізуальних послуг. Зокрема щодо обмеження реклами певних товарів чи послуг, необхідності чіткої вказівки на рекламний контент, обмеження поширення шкідливої чи небезпечної інформації.

Прикладом дещо іншого підходу до регулювання створюваного користувачами контенту є Франція. Закон № 2023-451 від 9 червня 2023 року ухвалено для регулювання діяльності «інфлюенсерів», тобто фізичних чи юридичних осіб, які, використовуючи свою популярність серед аудиторії створюють онлайн-контент, спрямований на просування певних товарів або послуг.

Серед основних відмінностей від іспанського законодавства варто виділити те, що вищезгаданий закон стосується користувачів, які створюють не лише відео, але й будь-який контент онлайн. Водночас не встановлено конкретних критеріїв, яким має відповідати користувач, щоб підпадати під дію закону. Таким чином, він поширює свою дію на всіх користувачів за умови, що вони використовують створюваний ними контент для просування товарів чи послуг за грошову або іншу винагороду.

Закон передбачає, що між замовником реклами та особою, яка створює контент для просування, або її представником, обов'язково має бути укладений письмовий договір. У ньому повинні бути конкретизовані послуги, що надаються, розмір оплати, а також спільні права та обов'язки сторін, зокрема щодо забезпечення прав інтелектуальної власності. Недотримання вказаних вимог означатиме недійсність такого договору та порушуватиме французьке законодавство про електронну комерцію [6].

Встановлюються численні обмеження стосовно товарів та послуг, що можуть просуватися таким чином. Зокрема, забороняється реклама продуктів з вмістом нікотину, пластичних операцій чи інших медичних втручань естетичного характеру, участі в азартних іграх чи тоталізаторах.

Ще одним цікавим нововведенням є обов'язок осіб позначати використання ними зображень, що були оброблені з метою покращення фігури чи зміни вигляду обличчя, як «відретушовані зображення». Одночасно, зображення чи відео, створені за допомогою інструментів штучного інтелекту мають бути позначені як «віртуальні/штучні зображення» [6].

Як іспанське так і французьке законодавство покладає на провайдерів платформ спільного доступу до відео\контенту обов'язки з розробки необхідного інструментарію для можливості позначення спонсорського контенту, а також необхідність проведення ними модерації створюваного користувачами контенту на предмет наявності порушень рекламного чи іншого законодавства.

У 2023 році схожі законодавчі новації з'явилися і в Україні. Закон України «Про рекламу» було доповнено положеннями, що визначили поняття «користувацького контенту», вказали на необхідність позначення у ньому реклами та визначили правила розміщення продакт-плейсменту [7].

Хоча такі зміни і є позитивними для національного законодавства, більш ефективною вбачається можливість поширення на користувачів, що поширюють контент на платформах спільного доступу до інформації та мають значну аудиторію статусу суб'єктів онлайн-медіа. Наразі, Закон України «Про медіа» передбачає, що такі особи не є суб'єктами онлайн-медіа, крім випадків їх добровільної реєстрації [8]. Як наслідок, особа може відповідати всім іншим ознакам суб'єкта онлайн-медіа, поширювати інформацію на таку саму чи навіть істотно більшу аудиторію, при цьому не підпадаючи під встановлені для медіа обов'язки та обмеження. Результати щорічного дослідження USAID/Internews демонструють, що соціальні мережі стали домінуючим джерелом новин, яке використовують 84% респондентів. Водночас 42% респондентів вказали, що для отримання новинного контенту використовують лише цей різновид медіа. Аудиторія традиційних

сайтів новин скорочується: з 42% респондентів у 2022 році до 30% респондентів у 2024-му. Інші різновиди медіа також продовжують втрачати популярність. Наприклад, кількість глядачів телебачення як джерела новин, зменшилася до 30% [9]. Таким чином, ми можемо зробити висновок, що платформи спільного доступу до інформації вже стали основним джерелом новин для українців, і якщо тенденції останніх років збережуться – вони будуть єдиним таким джерелом для значної частини населення у майбутньому. Саме тому, вбачається недоречним фактично виводити більшість суб'єктів, які розповсюджують новинний контент, з-під дії законодавства про медіа.

Перегляд такого законодавчого положення, разом з розробкою органом спільного регулювання чи Національною радою з питань телебачення і радіомовлення критеріїв віднесення таких осіб до суб'єктів онлайн-медіа дозволило б розв'язати питання з їх правовим статусом. Досвід Королівства Іспанія показує, що обов'язок реєстрації для користувачів з великою аудиторією, що монетизують створюваний ними контент, не є надлишковим втручанням у їх діяльність чи посяганням на свободу слова, а лише необхідним інструментом для забезпечення їх взаємодії з державними органами. Іспанський досвід також демонструє, що розмір аудиторії користувача, а також рівень доходів, які він отримує від своєї діяльності, можуть бути використані як ключові при розробці відповідних критеріїв віднесення осіб до суб'єктів онлайн-медіа.

Наявність у користувачів платформ спільного доступу до інформації з великою аудиторією статусу суб'єктів онлайн-медіа дозволить збільшити ефективність контролю за виконанням законодавства, що забороняє поширення певних видів інформації, рекламного законодавства чи законодавства з питань інтелектуальної власності. Також, наявність у регулятора контактної інформації таких осіб забезпечить можливість, у випадку виявлення розміщення ними інформації, що містить порушення законодавства, безпосередньо звернутися до таких осіб з вимогою видалення відповідної інформації, задля уникнення ризиків притягнення до відповідальності. Така опція видається більш оперативною та ефективною ніж наявна можливість звертатися до провайдерів платформ спільного доступу з повідомленням про необхідність обмеження доступу до такої інформації.

Вказані законодавчі зміни могли б стати підґрунтям для вирішення ситуації, за якої значну частку в структурі медіаспоживання українців становлять канали в мережах Telegram, YouTube, TikTok, що у багатьох випадках є повністю анонімними і часто не дотримуються положень українського законодавства. Визнання таких ресурсів онлайн-медіа разом із невиконанням вимог повідомити регулятора про осіб, які здійснюють редакційний контроль та наявністю серед поширюваної ними інформації порушень законодавства – могли б стати підставою для блокування доступу до таких ресурсів на території України.

В умовах війни, канали у відповідних мережах можуть використовуватися задля розповсюдження дезінформації, просування прихованої російської пропаганди чи вигідних для агресора наративів, які спрямовані на підрив довіри населення до державних інститутів, Збройних Сил України та послаблення обороноздатності держави зсередини. Саме тому вирішення цих питань є важливим, зокрема для забезпечення національної безпеки.

Події під час виборів президента у Румунії демонструють, що цифрові платформи можуть бути використані задля поширення впливу іноземних держав, в тому числі держави-агресора, з метою просування лояльних до них політичних сил. На період дії воєнного стану електоральні процеси в Україні призупинені, але після завершення війни держава повернеться до нормального соціально-політичного життя. Тому, необхідним є використати цей час задля розробки законодавства, яке перешкоджало б можливості використання популярних каналів та сторінок, як інструментів неконтрольованої політичної агітації, в тому числі з боку росії чи проросійських сил.

Висновки. Загалом, збільшення популярності контенту, створеного користувачами платформ спільного доступу до інформації, є одним із головних трендів у медіаспоживанні XXI століття. Правотворча діяльність як органів Європейського Союзу, так і окремих держав-учасниць демонструє, що законодавці розуміють необхідність запровадження відповідного правового регулювання. Проаналізовані директиви та закони спрямовані, в першу чергу, на встановлення особливого правового статусу осіб, чий контент користується популярністю, задля контролю за дотриманням ними вимог законодавства про захист неповнолітніх від шкідливої інформації, обмежень щодо рекламної діяльності. Також важливим вбачається впровадження положень, що встановлюють необхідність чітко позначати контент створений за допомогою штучного інтелекту чи зображень, що були відретушовані. Хоча наявне правове регулювання стосується, в першу чергу, комерційної

та рекламної діяльності таких суб'єктів, у майбутньому ми можемо очікувати встановлення для них правил поширення інформації, аналогічних до онлайн-медіа. Особливої уваги потребує можливість використання контенту на платформах спільного доступу до інформації як інструменту політичного впливу. Досвід іноземних держав, зокрема Румунії, демонструє, що держава-агресор готова використовувати всі доступні засоби задля втручання в політичні процеси задля просування своїх інтересів. Це вкотре підкреслює необхідність розробки законодавства задля протистояння таким формам ворожого впливу. Загалом, визнання користувачів з великим впливом на платформах спільного доступу до інформації суб'єктами онлайн-медіа, а також поширення на них притаманних цьому правовому статусу обмежень, вбачається найоптимальнішим варіантом їх правого врегулювання. Відповідні зміни адекватно б відображали ключову роль, яку займають ці суб'єкти у медіаспоживанні українців.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ:

1. Directive (EU) 2018/1808 of the European Parliament and of the Council of 14 November 2018 amending Directive 2010/13/EU on the coordination of certain provisions laid down by law, regulation or administrative action in Member States concerning the provision of audiovisual media services (Audiovisual Media Services Directive) in view of changing market realities [2018] OJ L303/69 URL: <https://eur-lex.europa.eu/eli/dir/2018/1808/oj/eng> (дата звернення: 10.01.2025).
2. Hotărârea nr. 32 din 6 decembrie 2024 privind anularea procesului electoral cu privire la alegerea Președintelui României din anul 2024, Monitorul Oficial al României, Partea I, nr. 1231 din 6 decembrie 2024 URL: <https://legislatie.just.ro/Public/DetaliiDocument/292099> (дата звернення: 10.01.2025).
3. Misinformation and disinformation on social media platforms such as X and TikTok and related risks to the integrity of elections in Europe: extracts from the debate. URL: https://multimedia.europarl.europa.eu/en/video/misinformation-and-disinformation-on-social-media-platforms-such-as-x-and-tiktok-and-related-risks-to-the-integrity-of-elections-in-europe-extracts-from-the-debate_I265320 (дата звернення: 10.01.2025).
4. Ley 13/2022, de 7 de julio, General de comunicación audiovisual. URL: <https://www.boe.es/eli/es/l/2022/07/07/13> (дата звернення: 10.01.2025).
5. Real Decreto 444/2024, de 30 de abril, por el que se regulan los requisitos a efectos de ser considerado usuario de especial relevancia de los servicios de intercambio de vídeos a través de plataforma, en desarrollo del artículo 94 de la Ley 13/2022, de 7 de julio, General de Comunicación Audiovisual. URL: <https://www.boe.es/eli/es/rd/2024/04/30/444> (дата звернення: 10.01.2025).
6. LOI n° 2023-451 du 9 juin 2023 visant à encadrer l'influence commerciale et à lutter contre les dérives des influenceurs sur les réseaux sociaux. URL: <https://www.legifrance.gouv.fr/jorf/id/JORFTEXT000047663185> (дата звернення: 10.01.2025).
7. Про рекламу: Закон України від 03.07.1996 URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/270/96-%D0%B2%D1%80#Text>.
8. Про медіа: Закон України від 13.12.2022. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2849-20#Text>.
9. Internews. Українські медіа, ставлення та довіра у 2024 р. [Електронний ресурс]. 2022. URL: <https://internews.in.ua/wp-content/uploads/2022/11/Ukrainiski-media-stavlennia-ta-dovira-2022.pdf>. (дата звернення: 10.01.2025).