

УДК 447.78+442

DOI <https://doi.org/10.24144/2307-3322.2025.90.2.4>

ЦИВІЛЬНО-ПРАВОВА ВІДПОВІДАЛЬНІСТЬ ЗА ДИФАМАЦІЮ У СОЦІАЛЬНИХ МЕРЕЖАХ

Вовк В.М.,

*доктор юридичних наук, професор,
професор кафедри теорії та історії держави і права,
Хмельницький університет управління та права
імені Леоніда Юзькова
ORCID: 0000-0002-0588-2095*

Вовк В.М. Цивільно-правова відповідальність за дифамацію у соціальних мережах.

Стаття присвячена питанням цивільно-правової відповідальності за дифамацію у вітчизняному контексті. Вказується, що дифамація як порушення особистих немайнових прав особи (в частині честі, гідності і приватного життя) на сьогодні є проблемним питанням правового регулювання, що пояснюється відсутністю у вітчизняному законодавстві норм «дифамаційного» права; стрімким розвитком інформаційно-комунікативних технологій та швидкістю поширення інформації; зміною у стилі спілкування у цифровому середовищі; розмитістю критеріїв для встановлення оціночного характеру поширеної інформації та реально шкідливої інформації, яка здатна завдати репутаційних збитків конкретним фізичним або юридичним особам. Особлива увага в сучасних умовах приділяється дифамації у соціальних мережах. Найбільш поширеними випадками порушення честі і гідності в соцмережах, є публікації у Мережі-Х (Твіттері, Телеграмі, Фейсбуку). Розглянуті питання застосування наявних правових норм в частині дифамації в умовах цифрової демократизації і загальної інформаційної свободи.

В статті також зазначається, що в контексті європейської правової культури, дифамація є одним із способів визнання цінності окремої особи. Вказується, що Україна як сучасна демократична держава має низку правових засобів захисту особистих немайнових прав особи, які можуть застосовуватися і в частині дифамації. Зокрема йдеться про цивільно-правову відповідальність за поширення інформації, яка містить шкідливий вплив на честь, гідність і репутацію особи. Аналіз норм чинного вітчизняного законодавства та судової практики засвідчив, що вони розвиваються в межах сучасної юридичної дійсності та аналогічні правовим реаліям сучасних демократичних держав. Проблемними питаннями цивільно-правової відповідальності за дифамацію у соціальних мережах в контексті вітчизняної правової реальності є: дифамація створює юридично невизначені ситуації, порівняно зі справами, які пов'язані з традиційними медіа; анонімність користувачів; тягар доказування покладається на позивача; стиль інформації, що поширюється, характеризується неформальністю і неточністю; динамічність поширення інформації без належного критичного обмірковування.

Ключові слова: дифамація, цивільно-правова відповідальність, правові норми, шкода, соціальні мережі, контент, інформаційно-комунікативні технологія, поведінка у цифровому середовищі, позивач, відповідач.

Vovk V.M. Civil liability for defamation on social media.

The article addresses issues of civil liability for defamation in the domestic context. It highlights that defamation, as a violation of an individual's personal non-property rights-specifically concerning honor, dignity, and privacy-remains a problematic area of legal regulation. This is attributed to the absence of specific "defamation law" provisions in national legislation; the rapid development of information and communication technologies and the speed at which information is disseminated; changes in communication styles within the digital environment; and the blurred criteria for distinguishing between evaluative judgments and harmful information that can cause reputational damage to specific individuals or legal entities.

Special attention in the current conditions is paid to defamation on social media. The most common instances of violations of honor and dignity on social networks occur through publications on platforms such as X (Twitter), Telegram, and Facebook. The article examines the application of existing legal norms in cases of defamation amid digital democratization and general informational freedom.

The article also notes that, in the context of European legal culture, defamation is viewed as one of the mechanisms for recognizing the value of the individual. It is emphasized that Ukraine, as a modern democratic state, possesses a range of legal tools for protecting personal non-property rights, which may be applied in cases of defamation. In particular, this refers to civil liability for the dissemination of information that has a damaging effect on a person's honor, dignity, and reputation.

An analysis of the current national legislation and judicial practice demonstrates that they are developing within the framework of the contemporary legal reality and are comparable to the legal realities of modern democratic states.

However, several challenges exist in the realm of civil liability for defamation on social media in the context of Ukraine's legal landscape. These include the legal uncertainty that defamation cases present compared to those involving traditional media; user anonymity; the burden of proof resting on the claimant; the informal and imprecise style of information being shared; and the dynamic, often uncritical spread of content.

Key words: defamation, civil liability, legal norms, harm, social media, content, information and communication technology, behavior in the digital environment, claimant, respondent.

Постановка проблеми. Свого часу Г. Радбрух зауважував, що мало хто з його сучасників не говорить про кореляльні зобов'язання [1]. Перефразовуючи Г. Радбруха можна стверджувати, що сьогодні мало хто не говорить, не пише та не аналізує феномен соціальних мереж. Для сучасної теорії цивільного права і судової практика тема соціальних мереж є не просто мейнстрімом, вона є викликом і пошуком нових шляхів врегулювання цивільно-правових відносин в «мережі», зокрема в частині порушення особистих немайнових прав.

Мета дослідження – з'ясувати, в чому полягають проблемні питання цивільно-правової відповідальності за дифамацію у соціальних мережах (у вітчизняному контексті).

Стан опрацювання проблематики. Питання юридичної відповідальності за дифамацію у соціальних мережах сьогодні є проблемними (як для теорії права, так і судової практики), тому вони викликають інтерес у зарубіжних і вітчизняних науковців. Найбільш повними є розробки вказаної проблеми представлені у працях І. Томарова, Г. Драйбелбіса, О. Теличко, В. Рекун, О. Гаврилюк.

Виклад основного матеріалу. Здобутки Четвертої промислової революції позначаються на усіх сферах людського життя, суттєво його змінюючи та корегуючи, зокрема і у сфері спілкування, обміну і поширення інформації тощо. Як ми уже зазначали, поточні онтологічні зміни в соціальному житті впливають на модифікування принципів і правил поведінки індивідів, формування і функціонування нових індивідуальних і суспільних цінностей (через руйнацію або апгрейд традиційних культурних традицій, норм моралі тощо) [2, с. 23]. Попри швидкі темпи розвитку інформаційно-комунікативних технологій і функціонування усіх складових інформаційного простору, сьогодні спостерігається недостатнє правове регулювання у сфері відносин в інформаційно-цифрового світу (що зумовлено природою правового регулювання). Традиційні правові норми, які розроблені для захисту репутаційних інтересів у соціальних мережах, складно адаптуються до глобального і швидкого розвитку способів поширення інформації і характеру спілкування. Різний рівень моральної культури та культура «цифрової» поведінки учасників взаємодії, а також реалізація різних цілей «присутності в мережі» можуть призводити до негативних наслідків для окремих учасників у вигляді порушення їх особистих немайнових прав, оскільки не завжди має місце така участь у діяльності інформаційного суспільства, яка «потребує демонстрації гарного морального виховання та соціальної відповідальності в цифровому соціальному середовищі, а також керування стосунками між особистістю, особою та іншими, особою та суспільством, країною та світом» [3]. Впливовість соціальних мереж, за даними звіту «Digital 2023», підготовленому групою з Meltwater та We Are Social, визначається тим, що середньостатистичний інтернет-користувач проводить у соцмережах близько 2,5 години на день. Як засіб доступу до інформації соціальні мережі визнаються 100 % інтернет-користувачів [4, с. 40]. При цьому «платформи, що дозволяють користувачам генерувати та поширювати інформацію (зокрема, соціальні мережі та блоги), постійно змінюються, і законодавчі норми часто не встигають за цими змінами» [5, с. 331].

Йдеться, насамперед, публікації у Мережі-Х (Твіттері), Телеграмі, Фейсбуку, за які можуть притягати відповідальності у дифамаційних справах. Тому соціальні мережі сьогодні стали «місцем» дозвілля, набуття, поширення та обміну інформацією. Також особливістю сучасного соціального буття є і ще той факт, що цифровий світ, зокрема і соціальні мережі стали місцем одержання прибутку та виникнення нової трудової форми зайнятості – блогерство. Фінансовий успіх блогера значною мірою залежить від кількості підписників (аудиторії), які реагують на контент його блогу (визначальними показниками при цьому є кількість уподобайок, коментарів, переглядів). Бажання розширити аудиторію за рахунок популярного, затребуваного або скандального контенту може призводити до поширення неперевірної або завідомо неправдивої інформації, інформації, що порушує честь, гідність і репутацію іншої особи (ст. 297 ЦК України), а також до втручання у приватне життя особи (ст. 32 Конституції України). Контент в соціальних мережах, пов'язаний з поширенням інформації про фізичну або юридичну особу, представлений дилемою «свобода слова («свобода вираження – це наріжний камінь демократії. Якщо не існує справжньої свободи слова, не може існувати й справжньої демократії» [6]) vs зловживанням інформаційним впливом», яка охоплює приватну, ділову, політичну чи бізнесову сфери. Право на вільне висловлювання в Україні гарантується Конституцією, в статті 34 якої зазначено, що кожен має право вільно збирати, зберігати, використовувати і поширювати інформацію усно, письмово або у інший спосіб – на свій вибір. Але така інформація повинна поширюватися із дотриманням моральних і правових норм про її достовірність і не порушувати права інших осіб. У цифровому світі (зокрема і у соціальних мережах) присутня ілюзія «абсолютної свободи», «однак використання такого блага як свобода слова нерідко призводить до безконтрольного використання інформації, що завдає шкоди, як громадському порядку, так і окремій особистості» [7, с. 212]. Дії у соціальних мережах є вчинками і поведінкою учасників цифрової взаємодії. Очікується, що поведінка особи в цифровому світі є відповідальною і такою, що ґрунтується на усвідомленні моральних принципів щодо поваги іншого, але нерідко маємо справу з недотриманням певних правил поведінки у мережі, що призводить до порушення особистих немайнових прав осіб, щодо яких була поширена конкретна інформація, що завдала шкоди честі, гідності і репутації конкретної особи. Інформація, яка шкодить честі, гідності та репутації особи позначається поняттям «дифамація». Поняття «дифамація» бере початок у англійському загальному праві XIII століття і першопочатково мала на меті захист Церкви чи уряду від шкоди для репутації, спричиненої неправдивими твердженнями. Сьогодні питання дифамації, це, перш за все, врегулювання відносин між приватними особами: «Якщо раніше законодавство про дифамацію було спрямоване проти підбурливих або богохульних висловлювань, то нині воно зосереджене на висловлюваннях, які завдають шкоди репутації конкретної особи» [8].

Як влучно зауважує Г.М. Дрейбелбіс, дифамація в соціальних мережах сьогодні є новим юридичним фронтом «на тлі інтернет-дикого Заходу»: «тому інфлюенсери у соціальних мережах, державні посадовці та, навіть, звичайні користувачі можуть завдати серйозної шкоди одним лише натисканням кнопки. Для виправлення таких шкод суди розширили поняття дифамації за межі традиційних медіа, таких як друковані ЗМІ та телевізійні мовники, включивши до нього твердження, поширені в інтернеті, аби притягнути до відповідальності необачних користувачів соціальних мереж за їхні пости» [8]. Одним із способів поширення інформації дифамаційного характеру онлайн в сучасних умовах є хайп, який є одним із дієвих інструментів розширення цифрової аудиторії. Хайп на сьогодні не є правовим терміном. Під хайпом (від англ. hure – ажіотаж, надмірна увага) розуміється інформація, медіаподія, яка здатна спричинити тимчасове, масове збудження суспільства навколо певної теми, особи чи явища в інтернеті, зокрема в соціальних мережах.

Україна як сучасна демократична держава має правові засоби захисту особистих немайнових прав особи. Зокрема, у положеннях постанови Пленуму Верховного Суду України від 27 лютого 2009 року № 1 «Про судову практику у справах про захист гідності та честі фізичної особи, а також ділової репутації фізичної та юридичної особи» вказується, що праву на свободу думки і слова, на вільне вираження своїх поглядів і переконань відповідає обов'язок не поширювати про особу недостовірну інформацію та таку, що ганьбить її гідність, честь чи ділову репутацію [9]. В сьогоднішній Україні для успішного позову про дифамацію у соцмережах потрібна наявність таких підстав:

- публічний характер твердження (поширення серед невизначеного кола осіб);
- ідентифікація конкретної особи чи групи, яка поширює інформацію;

- довести недостовірність поширеної інформації;
- довести факт завдання шкоди честі, гідності, репутації.

Частина 1 ст. 277 Цивільного кодексу України передбачає, що фізична особа, особисті немайнові права якої порушено внаслідок поширення про неї та (або) членів її сім'ї недостовірної інформації, має право на відповідь, а також на спростування цієї інформації; абзац 3 частини 4 статті 277 ЦКУ встановлює, якщо особа, яка поширила недостовірну інформацію, невідома, фізична особа, право якої порушено, може звернутися до суду із заявою про встановлення факту недостовірності цієї інформації та її спростування [10]. Прикметним також є той факт, що в Україні питання дифамачії і моральних збитків поширюються також і на інформацію щодо померлої особи. Зокрема в Рішенні Касаційного Суду № 20269 від 22 липня 2024 року був розглянутий факт приписування ганебних вчинків померлому члену сім'ї, що загалом є делікатною темою, яка поєднує в собі юридичний і моральний аспекти [11].

У законодавствах сучасних європейських держав є норми, які спрямовані на захист особистих немайнових прав, зокрема честі, гідності та репутації. При цьому особлива увага до цих прав пояснюється ментальними настановами, притаманних спільноті, яка ідентифікує себе європейцями. Відповідно до цих настанов, індивід (людина) визнається найвищою соціальною цінністю, що результує у індивідуалізмі та персонорентричності європейської культури. Логічним, з цієї позиції, є відображення і закріплення панівних ментальних і культурних наративів і у правовій сфері. Показовими щодо захисту честі, гідності і репутації особи (у дифамачійному вимірі) є норми Закону про поліпшення здійснення правосуддя у соціальних мережах, який набув чинності 1 жовтня 2017 року у ФРН, і був прийнятий у відповідь на те, що не усі коментарі в інтернеті (зокрема і в соцмережах), які містять розпалювання ненависті, видаляються. Чинне законодавство Республіки Польщі (ст. 23, 24 Kodeks cywilny) захищає честь, добре ім'я та репутацію. Зокрема, в цій державі Instagram визнається публічною платформою, а тому публікація «сторіс» має поширення, достатнє для цивільної відповідальності. Чинні правові норми Французької республіки чітко кваліфікують наклеп (diffamation) як поширення неправдивих фактів, які шкодять честі, гідності і репутації, а тому Мережа X (Twitter) має такий самий правовий статус, як і преса у випадках масового поширення неправдивої або образливої інформації. У вітчизняному правовому полі дифамачія трактується як цивільно-правовий делікт, що передбачає можливість захисту честі, гідності та ділової репутації особи за допомогою позову до суду. Такий підхід загалом відповідає стандартам Ради Європи, які закріплені у Резолюції 1577 (2007) «Стосовно декриміналізації дифамачії» [12]. Прикметним є те, що у низці національних європейських законодавств наявні норми, які передбачають кримінальну відповідальність. Саме на зміщення акцентів з кримінальної на цивільно-правову відповідальність за дифамачію і націлені положення вказаної Резолюції, що також є логічним у світлі гуманізації кримінальних покарань, що є характерним для сучасної європейської правової культури.

Одним із проблемних питань відповідальності за дифамачію у соціальних мережах є ускладнення ідентифікації відповідача, що пов'язано із архітектонікою та політикою конфіденційності конкретної соціальної мережі. Сучасна вітчизняна судова практика поки що керується принципом «будь-хто може створити акаунт із чужим іменем, розмістити декілька фото та публікацій. Якщо особа не визнає, що це її акаунт, суд вважає не доведеним, що інформацію поширив саме цей відповідач. Як наслідок – відмова у задоволенні позову» [13]. А відтак тягар доказування приналежності веб-сторінки відповідачеві покладається на позивача. Відповідачеві для уникнення відповідальності достатньо заявити суду, що він не є власником спірного акаунту, і не знає, хто його створив та наповнює скандальним, образливим або неправдивим контентом. Близьким до вказаного питання є також питання анонімності в онлайн-середовищі. Підтвердженням чого є текст постанови Великої палати Верховного Суду від 14.12.2022 у справі № 454/2743/19. У вказаній постанові Суд висловив критику щодо формального підходу апеляційного суду, який не довів, що спірна інформація належала відповідачу, а лише обмежився твердженням про її розповсюдження у Facebook, що сприяло неможливості притягнути до відповідальності, якщо не встановлено належності акаунта із сумнівною доброчесністю. Ще одним проблемним питанням відповідальності за дифамачійну інформацію є питання визначення юрисдикції, в межах якої можна подати позов при визначенні розміру реально завданої шкоди, яка була нанесена поширеною інформацією.

Висновки. Питання цивільно-правової відповідальності за дифамачію у соціальних мережах в межах вітчизняного законодавства є ускладненими та неопрацьованими в силу своєї багатогран-

ності і складності, а також розмитими критеріями щодо визначення змісту поширеної інформації як дифамації. Потреба у створенні спеціальних норм для врегулювання дифамаційних виявів та репутаційного захисту у соціальних мережах, а також адаптації наявних правових норм до нових соціальних умов є двовалентною: з одного боку, вона обумовлена особливостями розвитку інформаційно-комунікативних технологій та інформаційного суспільства на сучасному етапі, а з іншого – , переосмисленням і більш глибоким розумінням принципів свободи слова і захисту індивідуальної репутації, честі і гідності.

Основними проблемами дифамації, в розрізі цивільно-правової відповідальності, є: дифамаційні висловлювання, поширені у соціальних мережах, створюють більше юридично невизначених ситуацій, порівняно зі справами, які пов'язані з традиційними медіа; високий ступінь анонімності користувачів; тягар доказування покладається на позивача; особливість стилю інформації, що поширюється, полягає у його неформальності і неточності, що часто трактується як оцінчне судження, а не факт; динамічність поширення інформації без належного критичного обмірковування.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ:

1. Radbruch G. Rechtsphilosophie. Leipzig. 1932. 238 s.
2. Вовк В., Бліхар В. Правове регулювання в інформаційному просторі в контексті цифрового гуманізму як компенсація недотримання норм інформаційної етики та цифрового громадянства. *Філософські та методологічні проблеми права*. 2025. № 1 (29). С. 22–28. DOI: <https://doi.org/10.33270/02252901>.
3. Воронкова В., Кивлюк О., Андрюкайтене А. Еволюція від активного відповідального громадянства до цифрового в контексті критичного мислення: досвід країн ЄС. *Humanities Studies*. 2023. Вип. 14 (91). С. 23–34. DOI: <https://doi.org/10.32782/hst-2023-14-91-03>.
4. Гаврилюк О.П. Соціальні мережі як чинник формування культурних цінностей і норм. *Вісник Національної академії керівних кадрів культури і мистецтв: наук. журнал*. 2023. № 3. С. 39–44.
5. Шаповал Л.І. Цивільно-правова відповідальність за порушення прав на інформацію в умовах цифрової трансформації. URL: https://dspace.nlu.edu.ua/bitstream/123456789/20452/3/konf_Maslov-2025.pdf.
6. Resolution 1577 (2007) Towards decriminalisation of defamation. Council of Europe Parliamentary Assembly. URL: <http://assembly.coe.int/Main.asp?link=/Documents/AdoptedText/ta07/ERES1577.htm>.
7. Теличко О.А., Рекун В.А. Відповідальність за дифамацію в медіапросторі в міжнародному та вітчизняному праві. *Юридичний науковий електронний журнал*. 2021. № 7. С. 211–214. DOI: <https://doi.org/10.32782/2524-0374/2021-7/53>.
8. Dreibelbis H.M. Social Media Defamation: A New Legal Frontier amid the Internet Wild West. *Duke J. Const. L. & Pub. Pol'y*. 2021. 16. 245 p.
9. Про судову практику у справах про захист гідності та честі фізичної особи, а також ділової репутації фізичної та юридичної особи: Постанова Пленуму Верховного Суду України від 27 лютого 2009 року № 1. Пленум Верховного Суду України. URL: https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/v_001700-09#Text.
10. Цивільний кодекс України від 16.01.2003 року № 435-IV. Верховна Рада України. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/435-15#Text>.
11. Коментар до Рішення Постанови № 20269 від 2024 року: Дифамація та моральна шкода. URL: <https://www.studiolegalebianucci.it/uk/blog/2320-komentar-do-risenna-postanovi-no-20269-vid-2024-roku-difamacia-ta-moralna-skoda>.
12. Resolution 1577 Towards decriminalisation of defamation. Council of Europe Parliamentary Assembly. 2007. URL: <http://assembly.coe.int/Main.asp?link=/Documents/AdoptedText/ta07/ERES1577.htm>.
13. Томаров І. Презумпція, якої не вистачає (качиний тест для доведення автентичності акаунту в соцмережі). 2024. URL: https://vkp.ua/en/publication/prezumpsiya-yakoyi-ne-vistachaie-kachiniy-test-dlya-dovedennya-avtetichnosti-akauntu-v-sotsmerezhi?utm_source.