

УДК 343.352 (477)

DOI <https://doi.org/10.24144/2307-3322.2026.93.4.12>

ПРОПАГАНДА З ВИКОРИСТАННЯМ СОЦІАЛЬНИХ МЕРЕЖ: ОКРЕМІ ПРОБЛЕМИ КВАЛІФІКАЦІЇ

Загиней-Заболотенко З.А.,
*доктор юридичних наук, професор,
завідувач відділу проблем кримінальної юстиції та кримінології
Інституту держави і права імені В.М. Корецького НАН України
ORCID: 0000-0002-8679-124X*

Пилипець А.Ю.,
*аспірант Інституту держави і права
імені В.М. Корецького НАН України
ORCID: 0009-0004-9663-9665*

Загиней-Заболотенко З.А., Пилипець А.Ю. Пропаганда з використанням соціальних мереж: окремі проблеми кваліфікації.

У статті аналізуються поняття «засоби масової інформації», «медіа», «засоби масової комунікації», «соціальні мережі», визначається їх зміст у регулятивному законодавстві, а також у науці у контексті тлумачення такої кваліфікуючої ознаки незаконної пропаганди, як вчинення її з використанням засобів масової інформації. З урахуванням цього встановлено, що за своїм змістом поняття «засіб масової інформації», що використане в юридичній конструкції кваліфікованого складу кримінального правопорушення, передбаченого ч. 2 ст. 436¹ КК України, а також в інших статтях Особливої частини цього Кодексу, в яких передбачається кримінальна відповідальність за незаконну пропаганду, та поняття «медіа», закріплене в Законі України «Про медіа», не є тотожними. Ураховуючи відсутність у законодавстві України нормативно визначеного поняття «засіб масової інформації», зроблено висновок, що у КК України термін «засіб масової інформації» повинен тлумачитися у розумінні поняття «засіб масової комунікації», що дозволяє включати в це поняття сучасні канали масової комунікації, зокрема соціальні мережі. Тобто, «засіб масової інформації» у статтях Особливої частини КК України не є тотожним поняттю «медіа» в сучасному регулятивному законодавстві України. Проаналізовано Директивах Європейського Союзу та інші міжнародні акти та встановлено, що в них поняття «засіб масової інформації» фактично не використовується та, відповідно, не визначається. Перелік таких засобів масової інформації на європейському просторі може бути вельми великим. Однак обов'язковою ознакою засобів масової інформації відповідно до Директив Європейського Союзу є наявність редакційного контролю або нагляду над контентом. При цьому діяльність соціальних мереж врегульована самостійними нормативними актами. Зроблено висновок, що поширення дописів, репостів, коментарів на сторінках соціальних мереж «Facebook», «ВКонтакте», канали Youtube, тощо з огляду на ст. 22 Закону України «Про інформацію» та Закону України «Про медіа» вважається «використанням засобів масової інформації» та потребує кваліфікації, зокрема, за ч. 2 ст. 436¹ КК України.

Ключові слова: пропаганда, використання засобів масової інформації, використання соціальних мереж, публічні заклики, кваліфікація, правова позиція, тлумачення.

Zahynei-Zabolotenko Z.A., Pylypets A.Yu. Propaganda using social networks: specific qualification issues.

The article analyzes the concepts of «mass media», «media», «means of mass communication», and «social networks», defines their meaning in regulatory legislation and in science in the context of interpreting such a qualifying feature of illegal propaganda as its commission using the mass media. Taking this into account, it has been established that the meaning of the term «mass media» used in the legal construction of the qualifying elements of a criminal offense under Part 2 of Art. 436¹ of the CC of

Ukraine, as well as in other articles of the Special Part of this Code, which provide for criminal liability for illegal propaganda, and the concept of «media» enshrined in the Law of Ukraine «On Media» are not identical. Given the absence of a normatively defined concept of «mass media» in Ukrainian legislation, it has been concluded that in the CC of Ukraine, the term «mass media» should be interpreted in the sense of the concept of «means of mass communication», which allows for the inclusion of modern channels of mass communication, in particular social networks, in this concept. In other words, «mass media» in the articles of the Special Part of the Criminal Code of Ukraine is not identical to the concept of «media» in the current regulatory legislation of Ukraine. The European Union Directives and other international acts have been analyzed, and it has been established that the term «mass media» is not actually used in them and, accordingly, is not defined. The list of such mass media in the European space can be quite extensive. However, a mandatory feature of mass media according to European Union Directives is the presence of editorial control or supervision over content. At the same time, the activities of social networks are regulated by separate normative acts. It has been concluded that the dissemination of posts, reposts, and comments on the pages of social networks such as Facebook, VKontakte, YouTube, etc., in view of Article 22 of the Law of Ukraine «On Information» and the Law of Ukraine «On Media», is considered «use of mass media» and requires qualification, in particular, under Part 2 of Art. 436¹ of the CC of Ukraine.

Key words: propaganda, use of mass media, use of social networks, public appeals, qualification, legal position, interpretation.

Постановка проблеми. Пропаганда як соціально-політичне явище фактично існує в будь-якому суспільстві та атрибутом політичної влади в державі. «В сучасних українських реаліях пропаганда – це насамперед зброя масового ураження, що впливає на свідомість населення, аніж безневинна інформація для регулювання відносин в суспільстві» [1, с. 121]. У Кримінальному кодексі України (далі – КК) передбачається кримінальна відповідальність за пропаганду у закладах освіти незалежно від типів та форм власності з метою сприяння здійсненню збройної агресії проти України, встановленню та утворенню тимчасової окупації частини території України, уникненню відповідальності за здійснення державою-агресором збройної агресії проти України як форма колабораційної діяльності (ст. 111¹), пропаганда до вчинення дій, що мають ознаки жорстокого поводження з тваринами (ст. 299), війни (ст. 438), пропаганда комуністичного та націонал-соціалістичного (нацистського) тоталітарних режимів (ст. 436¹). Водночас і цілу низку статей можна віднести до пропаганди, хоча сам термін у відповідних статтях і не використовується. Йдеться, наприклад, про виправдовування, визнання правомірною, заперечення збройної агресії Російської Федерації (далі – РФ) проти України, глорифікація її учасників (ст. 436² КК), публічні заклики до різноманітних протиправних дій (ч. 2 ст. 109, ст. 110, частини 1, 5 ст. 111¹, статті 258², 295, 299, ч. 2 ст. 442 КК). Окремі форми пропаганди вчиняються з використанням засобів масової інформації (далі – ЗМІ), що визнається законодавцем відповідною кваліфікуючою ознакою (ч. 3 ст. 109, ч. 2 ст. 258², ч. 2 ст. 436¹, ч. 3 ст. 436² КК).

Не секрет, що для пропаганди передусім і використовуються соціальні мережі, які можуть без жодних проблем та перешкод охопити максимально широке коло населення, за допомогою яких досить легко впливати на нього, маніпулювати його свідомістю. Тому й у таких ситуаціях виникає питання, чи можна пропаганду з використанням соціальних мереж кваліфікувати як таку, що вчинена з використанням ЗМІ.

Мета дослідження полягає в тому, щоб установити можливість кваліфікації незаконної пропаганди з використанням соціальних мереж як такої, що вчинена з використанням ЗМІ.

Стан опрацювання проблематики. У теорії кримінального права проблема кваліфікації дій, що становлять незаконну пропаганду, була предметом дослідження таких науковців, як Ю.М. Беклемішева, В.В. Гапончук, О.О. Дудоров, О.В. Епель, О.О. Кваша, В.Н. Кубальський, С.В. Лаба, Х.В. Олійник, М.І. Хавронюк, Н.М. Ярмиш та інших. Водночас науковці практично не торкалися питань, чи можуть соціальні мережі визнаватися ЗМІ, а незаконна пропаганда, вчинена з використанням соціальних мереж кваліфікуватися як така, що вчинена з використанням ЗМІ.

Виклад основного матеріалу. Верховний Суд (далі – ВС) у складі колегії суддів Першої судової палати касаційного кримінального суду (далі – ККС) у постанові від 28.10.2025 (справа № 639/1077/23, провадження № 51-184км25) сформулював правову позицію, відповідно до якої «якщо власник сторінки в мережі «Facebook» не обмежив доступ до неї, то інформація на цій сторін-

ці є загальнодоступною для необмеженого кола осіб, тому поширення користувачем на цій сторінці дописів із символікою комуністичного тоталітарного режиму може утворювати склад кримінального правопорушення, передбаченого ч. 2 ст. 436¹ КК» [2]. Така правова позиція була обґрунтована тим, що «соціальні мережі та платформи «Facebook», «YouTube» є загальнодоступними, спрощують комунікацію, дозволяють поширювати певну інформацію необмеженому колу осіб, спосіб такого поширення інформації розрахований на масове сприйняття; соціальна мережа «Facebook» діє в інтернет-просторі й інформація на сторінках її користувачів, якщо власник сторінки не обмежив доступ до неї, є загальнодоступною, відтак ця соціальна мережа є засобом, за допомогою якого така інформація поширюється серед необмеженого (невизначеного) кола осіб» [2].

У цій справі до суду касаційної інстанції було оскаржено ухвалу Харківського апеляційного суду від 04.11.2024 (справа № 639/1077/23, провадження № 51-184км25), якою було перекваліфіковані дії засудженого вироком Жовтневого районного суду м. Харкова від 15.05.2023, з ч. 2 ст. 436-1 та ч. 1 цієї статті, який у період з 08.03.2022 до 18.08.2022 розмістив на своїй сторінці у соціальній мережі «Facebook» публікації, в яких містяться фотографії із зображеннями комуністичної та радянської символіки та які стали доступними для ознайомлення та прочитання аудиторією, яка охоплює вказану сторінку у соціальній мережі [3]. На думку колегиї суддів апеляційного суду, поняття поширення інформації в мережі Інтернет для невизначеного кола осіб та поширення з використанням ЗМІ не є тотожними [4].

На сьогодні діяльність медіа в Україні регулюється, насамперед, Конституцією України і Законом України «Про медіа» [5]. Указаним Законом втратили чинність 6 Законів України та 3 постанови Верховної Ради України (далі – ВРУ), які регулювали відповідні правовідносини. Зокрема, Закони України «Про друковані засоби масової інформації (пресу) в Україні», «Про телебачення і радіомовлення». У жодному з указаних нормативно-правових актів, які втратили чинність у зв'язку з прийняттям Закону України «Про медіа», поняття «ЗМІ» не використовувалося і, відповідно, не роз'яснювалося.

У чинному на сьогодні Законі України «Про медіа» термінологічний зворот «ЗМІ» вжито як тотожний до «медіа». У п. 30 ч. 1 ст. 1 цього Закону роз'яснюється, що «медіа (ЗМІ) – засіб поширення масової інформації у будь-якій формі, який періодично чи регулярно виходить у світ під редакційним контролем та постійною назвою як індивідуалізуючою ознакою. При цьому редакційний контроль (редакційна відповідальність) – вирішальний вплив суб'єкта у сфері аудіовізуальних медіа, суб'єкта у сфері друкованих медіа та/або суб'єкта у сфері онлайн-медіа на створення або добір, організацію та поширення програм або іншої масової інформації відповідним суб'єктом (п. 47 ч. 1 ст. 1 Закону України «Про медіа»), а масова інформація – «інформація, що поширюється з метою її доведення до необмеженого кола осіб» (п. 28 ч. 1 ст. 1 Закону України «Про медіа») [5]. Попри те, що в Україні змінилося регулятивне законодавство стосовно діяльності медіа (ЗМІ), у КК термінологія залишилася попередньою, і в ньому, як зазначалося вище, використовується термінологічний зворот «ЗМІ».

ВРУ, даючи визначення поняттю «медіа», згадує та посилається в дужках на поняття «ЗМІ», ставлячи між ними знак рівності. Таким чином, попередньо можна припустити, що законодавець ототожнює обидва вказаних поняття і підкреслює, що вони є синонімічними.

Як передбачено в п. 33 розділу X Закону України «Про медіа», парламент в багатьох нормативно-правових актах замінив слова «ЗМІ» в усіх відмінках і числах замінити словом «медіа». У КК відповідні зміни внесені не було з огляду на положення ч. 6 ст. 3 цього Кодексу: зміни до законодавства України про кримінальну відповідальність можуть вноситися виключно законами про внесення змін до цього Кодексу та/або до кримінального процесуального законодавства України, та/або до законодавства України про адміністративні правопорушення. Водночас самостійного закону України про кримінальну відповідальність, яким би вносилися зміни у КК в частині коригування термінологічного звороту «ЗМІ» на «медіа» прийнято не було. Це може вказувати на те, що у тексті КК «ЗМІ» може мати відмінне значення, аніж у Законі України «Про медіа» та не виступати синонімом до терміна «медіа».

Л.М. Городенко в Енциклопедії сучасної України тлумачить поняття «медіа» (від лат. *medium* – засіб, спосіб) як «засоби та інструменти зберігання і передачі інформації та даних для індивідуальної чи/та масової аудиторії. Часто, як синонім медіа, вживають «ЗМІ», «мас-медіа» [6].

На думку данського вченого К. Йенсена, поняттям «медіа» позначаються «такі соціальні інститути, для яких виготовлення медіапродукції та її поширення є виробництвом і бізнес-справою.

До медіа, на його думку, належать засоби зв'язку і передачі інформації різних типів – від найдавніших (мова жестів, наскальні малюнки та ін.) до найсучасніших, що утворюють глобальні інформаційні супермагістралі. Якщо медіа використовують для одночасної комунікації з тисячами людей, то з'являється поняття «мас-медіа», що об'єднує пресу, радіо, телебачення й рекламу» [цит. за роб.: 7, с. 267].

В.С. Бігун вважає, що «поняття медіа складається з двох складових: по-перше – це діяльність зі збору і опрацювання інформації, а по-друге – це засіб донесення інформації до споживача, певної групи чи суспільства з дотриманням встановлених правил та використанням відповідних механізмів та інструментів» [7, с. 268].

Стосовно дефініції поняття «ЗМІ», то згідно з Політологічним енциклопедичним словником ЗМІ (або «mass-media» – від лат. «mass» – маса, чисельний і «medius» – середній, нейтральний) – це «періодичні друковані видання та інші форми розповсюдження необмеженого кола осіб, соціальних груп, держав з метою оперативного інформування їх про події і явища у світі, конкретній країні, певному регіоні, а також на виконання спеціальних соціальних функцій» [8, с. 134]. Т.А. Костецька під ЗМІ розуміє «організаційно-правову форму поширення масової інформації, а також юридичних осіб, зареєстрованих у передбаченому законом порядку, основною метою діяльності яких є доведення інформаційної продукції до широкого кола споживачів з метою задоволення їхніх інформаційних потреб» [9, с. 128]. Отже, деякі вчені розглядають ЗМІ винятково як форму поширення інформації, інші – під цим поняттям розуміють матеріальні носії або лише організаційно-правову форму [10, с. 49].

Таким чином, до основних ознак ЗМІ науковці відносять такі: 1) ЗМІ є суб'єктами конституційно-правових відносин і є юридичними особами, які здійснюють інформаційну діяльність відповідно; 2) інформаційна діяльність є основною метою їх створення; 3) публічне поширення інформації є основною їхньою функцією; 4) ЗМІ володіють або використовують інформацію з метою реалізації свого функціонального призначення; 5) поширюють інформацію за допомогою спеціальних технічних засобів [10, с. 48–49].

Європеїзація кримінального права України зумовлює звернення до відповідного порядку регулювання діяльності ЗМІ в Європейському Союзі (далі – ЄС). Ні на міжнародному, ні на національному рівні не прийнято єдиного підходу до розуміння ЗМІ, що зумовлено *inter alia* відсутністю однозначного розуміння журналістської діяльності. У резолюції ПАРЄ 428 (1970) «Щодо декларації про засоби масової інформації та права людини» до ЗМІ віднесено друковані та інші ЗМІ [11], але зміст останніх не розкрито.

У рамках Заключного акта НБСЄ (1975 р.) до ЗМІ було віднесено друковані засоби, радіо, телебачення, кіно- та телеагентства (частина IV, 41 гл. 2) [12]. У Конвенції ООН «Про міжнародне право спростування» (1952 р.) замість ЗМІ використовується термін «інформаційні агентства», який «означає будь-яку організацію в області друку, радіо, кіно, телебачення або телефотграфії» [13].

Так, у Рекомендації Комітету міністрів РЄ державам-членам СМ/Rec(2007) до ЗМІ відносять: «друковані медіа (газети, періодичні видання), медіа, які поширюють інформацію через електронні комунікаційні мережі, нелінійні медійні аудіовізуальні медійні послуги (відео на замовлення)» [14]. У рамках ще однієї рекомендації Комітету міністрів РЄ СМ/Rec(2007) запропоновано максимально широкий підхід до розуміння ЗМІ, який включає всіх учасників, пов'язаних із виробництвом та розповсюдженням серед потенційно великої кількості людей контенту (наприклад, інформації, аналізу, коментарів, думок, освіти, культури, мистецтва і дозвілля у друкованій, аудіо, візуальній, аудіовізуальній чи іншій формі), і способи застосування, які спрямовані на те, щоб сприяти інтерактивним масовим комунікаціям (наприклад, у соціальних мережах) або іншій заснованій на контенті широкомасштабній інтерактивній діяльності (наприклад, ігри в режимі «он-лайн»), зберігаючи при цьому (у всіх цих випадках) редакційний контроль або нагляд над контентом [15].

Аналіз цього підходу дає підстави стверджувати, що ЗМІ – це будь-яка особа, відповідальна за періодичне створення та розповсюдження інформації (контенту), яка несе редакційну відповідальність, незалежно від засобів та технологій, що використовуються для передачі даних, якщо такі технології спрямовані на їх отримання значною частиною суспільства та можуть мати чіткий вплив на неї [13].

Аналогічний підхід міститься у рекомендації ПАРЄ № 1950 (2011) «Захист журналістських джерел інформації» [16] та у рішеннях Ради ООН з прав людини [17]. У документах ЄС основний

фокус зміщено на аудіовізуальний сектор та розуміння ЗМІ саме як господарюючого суб'єкта. Ключовим документом ЄС є Директива 2010/13/ЄС, яка присвячена наданню аудіовізуальних послуг [16].

Одним з основних документів, що визначає критерії ЗМІ, є «Критерії та індикатори ЗМІ» (2011 р.), розроблені РЄ [18]. Цим документом відмежована діяльність ЗМІ від аналогічної діяльності, у першу чергу в рамках Інтернету, наприклад Інтернет-блоги. Документ пропонує ввести такі медіа-індикатори: 1) намір, 2) ціль, 3) редакційний контроль, 4) осяжність, 5) професійні стандарти, 6) суспільні очікування.

Регулювання використання Інтернету як засобу поширення масової інформації в ЄС є доволі обмеженим. Воно наявне лише у сфері надання аудіовізуальних послуг. Варто зазначити, що використання Інтернету для поширення електронних ЗМІ пов'язане і з регулюванням класичних правових питань Інтернету: відносини між постачальниками послуг із доступу в Інтернет, постачальниками інформації та користувачами, які утворюються на базі взаємного визнання цими суб'єктами свободи і формальної рівності, захисту авторських прав [17].

У документах РЄ наголошується, що на сучасному етапі в медійній екосистемі традиційні учасники у сфері ЗМІ доповнюються або замінюються новими учасниками, що беруть на себе ту роль у процесі виробництва та продажу медійних послуг, яку до останнього часу виконували тільки (або переважно) традиційні ЗМІ. Зокрема, такі учасники включають агрегаторів контенту, конструкторів способів застосування і користувачів, які також стали виробниками контенту.

Саме тому РЄ запропонувала широке поняття ЗМІ, яке включає всіх учасників, пов'язаних із виробництвом і розповсюдженням, серед потенційно великої кількості людей, контенту (наприклад, інформації, аналізу, коментарів, думок, освіти, культури, мистецтва і дозвілля в друкованій, аудіо, візуальній, аудіовізуальній або іншій формі), і способи застосування, які спрямовані на те, щоб сприяти інтерактивним масовим комунікаціям (наприклад, у соціальних мережах) або іншій заснованій на контенті широкомасштабній інтерактивній діяльності (наприклад, ігри в режимі «он-лайн»), при цьому зберігаючи (у всіх цих випадках) редакційний контроль або нагляд над контентом [18].

В ЄС діяльність соціальних мереж врегульовується законом про цифрові послуги (the Digital Services Act, DSA), тобто має самостійне регулювання порівняно зі ЗМІ та медіа.

Таким чином, у Директивах ЄС та в інших міжнародних документах поняття ЗМІ не визначається. Перелік таких ЗМІ може бути різним, однак обов'язковою ознакою ЗМІ, як вказується в цих документах, є наявність редакційного контролю або нагляду над контентом. При цьому діяльність соціальних мереж має самостійне правове регулювання.

Визначення співвідношення понять «ЗМІ» (ч. 3 ст. 109, ч. 2 ст. 258-2, ч. 2 ст. 436-1, ч. 3 ст. 436-2 КК України) у контексті формулювання кваліфікуючої ознаки «з використанням ЗМІ», та «медіа» (Закон України «Про медіа») ґрунтується на тому, що терміни у КК України можуть вживатися в іншому значенні, аніж у регулятивному законодавстві України, якщо для цього є передумови.

У теорії кримінального права поняття «ЗМІ» науковці здебільшого тлумачать достатньо широко та розмито, не заглиблюючись детально в розуміння поняття ЗМІ, та асоціюють ЗМІ з телебаченням, газетами, радіо та іншими засобами, що мають на меті поширення відомостей, знань (наприклад, Інтернет) [19, с. 8, 482]. Тобто, науковці здебільшого розуміють поняття «ЗМІ» у тексті статей Особливої частини КК в розумінні засобів масової комунікації, що має ширше значення, аніж поняття ЗМІ.

Наприклад, ст. 436¹ КК була включена в цей Кодекс Законом України «Про внесення зміни до Кримінального кодексу України щодо відповідальності за заперечення чи виправдання злочинів фашизму» від 28.01.2014 № 735-VII [20]. На той час регулятивне законодавство України нормативно не передбачало визначення поняття «ЗМІ». Відповідно були всі підстави розуміти під ЗМІ соціальні мережі як засоби масової комунікації.

Зміна правового регулювання суспільних відносин після прийняття Закону України «Про медіа», як вбачається з тексту КК, термінологічно не вплинула на цей Кодекс, оскільки у ч. 3 ст. 109, ч. 2 ст. 258-2, ч. 2 ст. 436-1, ч. 3 ст. 436-2 КК залишився вживатися термінологічний зворот «ЗМІ». Протягом більше двох років з моменту набрання чинності цим Законом (31.03.2023) законодавець не змінив термінологію вказаних вище статей, залишивши в них термін «ЗМІ». На нашу думку, це може означати, що поняття «ЗМІ» в кримінально-правовому розумінні має відмінне значення, ніж у Законі України «Про медіа».

Як йшлося вище, у п. 30 ст. 1 Закону України «Про медіа» дається визначення поняття «медіа (ЗМІ)». Хибним вважаємо твердження, що міститься в ухвалі Харківського апеляційного суду від 04.11.2024, в якій зазначено, що в цьому пункті закріплено визначення поняття «ЗМІ». Як бачимо з відповідного нормативного положення, законодавець визначає все ж поняття «медіа», вказуючи в дужках на ЗМІ [4]. При цьому термінологічний зворот «ЗМІ» вживається лише один раз – у п. 30 ч. 1 ст. 1 Закону України «Про медіа». На думку дослідників, це зроблено для того, аби привчати адресатів до «нормального» терміна «медіа» і залишити зв'язок з нормативно-правовими актами, ухваленими до набрання чинності Закону України «Про медіа».

Окрім того, помилковим є підхід, відповідно до якого визначення поняття «медіа» потрібно поширювати на поняття «ЗМІ», зокрема в ч. 2 ст. 436¹ КК, оскільки, як зазначено в абз. 1 ч. 1 ст. 1 Закону України «Про медіа», поняття «медіа (ЗМІ)» у передбаченому цим Законом значенні розуміються саме так лише в цьому Законі. Тобто не поширюються на поняття «ЗМІ» у статтях Особливої частини КК, зокрема й на ч. 2 ст. 436¹ цього Кодексу.

Упродовж останнього десятиріччя набули популярності та стали невід'ємною частиною комунікації різноманітні онлайн соціальні мережі (соціальні Інтернет-мережі, сайти соціальних мереж, Social network sites або Social networking services (SNS)). Наприклад онлайн мережі Facebook, Instagram, Pinterest, «Google+», «ВКонтакте», «Однокласники» тощо. Соціальні мережі – це «сервіси Інтернет-середовища, що дозволяють користувачам конструювати публічний або напівпублічний профіль у межах обмеженої системи, утворювати список інших користувачів, з якими вони мають зв'язок, і відслідковувати свій список зв'язків і списки, зроблені іншими, у межах тієї ж системи» [21].

Серед соціальних мереж виокремлюють такі види: «1) власне соціальні мережі (Facebook, MySpace, VKontakte, Twitter та ін.); 2) системи миттєвого обміну повідомленнями: спілкування з іншими користувачами через мережу в режимі реального часу (Skype, ICQ, MSN Messenger та ін.); 3) інтернет-чати: дають змогу одночасно декільком користувачам спілкуватися в режимі реального часу; 4) інтернет-форуми: надають можливість створювати нові теми, коментувати і обговорювати повідомлення інших користувачів; 5) веб-блоги – особисті онлайн журнали окремих користувачів); 6) вікі-довідники – портали, зміст яких може бути редагований відвідувачами (Вікіпедія); 7) інтернет-хости: розміщення відеоматеріалів (YouTube) [22, с. 38].

Соціальним мережам характерні властивості, що спрощують комунікацію та створюють можливість поширення будь-якої інформації серед значної кількості користувачів таких соціальних мереж упродовж незначного проміжку часу. Такими властивостями виступають: «створення користувачами профілів («profile») та поява після цього у мережі; утворення «пулу» інших користувачів цієї системи, з якими особа має будь-які зв'язки («друзі», «контакти», «фани»); можливість залишати повідомлення у профілях друзів (створення коментарів); обмін приватними повідомленнями між користувачами; «пост» (повідомлення у себе на сторінці), який відображається у стрічці новин контактів користувача; «репост» - розміщення користувачами повідомлення, створене іншим користувачем, у себе на сторінці; коментування повідомлення без репосту; помітка «мені подобається» / «лайк», якщо користувач поділяє думку автора повідомлення; можливість «підписки» на сторінку іншого користувача (зв'язок без взаємної згоди), коли підписник бачить загальнодоступні повідомлення та оновлення користувача, на якого він підписаний; можливість прикріплення до повідомлень файлів аудіо, які можна прослуховувати у реальному часі, великих відеороликів, а також посилання на відеоролик, що знаходиться на іншому сервері (наприклад, YouTube), цей ролик видно одразу після повідомлення; можливість просування створених інформаційних повідомлень; адаптованість сервісу онлайнних мереж до смартфонів та планшетів (наприклад, офіційний додаток для iPhone); інтегрованість соціальної онлайн мережі із іншими Інтернет сервісами; можливість заходити на сайти під своїм акаунтом соціальної мережі; додавання контенту із сайту на свою сторінку у соціальній мережі одним натисненням кнопки» [23, с. 103–105].

У зарубіжній та вітчизняній журналістиці соціальні мережі відносяться окремими дослідниками до ЗМІ [24; 25]. Як зазначає К. В. Дубнік, кожна особиста сторінка в межах соціальної мережі не є повноцінним ЗМІ, вона створюється з іншою метою: підтримувати й відновлювати дружні й ділові зв'язки, самовиражатися, об'єднуватися в групи за інтересами, обмінюватися медіаданими (фотографіями, аудіо- і відеозаписами)» [26, с. 124].

Таким чином, дослідники такого явища, як соціальні мережі також не дійшли єдиної точки зору стосовно того, чи належать вони до ЗМІ.

Закон України «Про інформацію» (у ред. станом на 2022 р.) передбачав, що «ЗМІ – це засоби, призначені для публічного поширення друкованої або аудіовізуальної інформації, а масова інформація – це інформація, що поширюється з метою її доведення до необмеженого кола осіб» [27]. Таким чином, станом на час вчинення кримінального правопорушення згідно з оспорюваною прокурором ухвалою Харківського апеляційного суду від 04.11.2024, поняття «ЗМІ» мало якнайширше значення та включало в себе різноманітні соціальні мережі. Отже, поширення дописів відповідного змісту в соціальних мережах доцільно кваліфікувати за ч. 2 ст. 436-1 КК.

Висновки. Ураховуючи викладене, доходимо таких основних висновків.

По-перше, за своїм змістом поняття «ЗМІ», що використане в юридичній конструкції кваліфікованого складу кримінального правопорушення, передбаченого ч. 2 ст. 436¹ КК, а також в інших статтях Особливої частини цього Кодексу, в яких передбачається кримінальна відповідальність за незаконну пропаганду, та поняття «медіа», закріплене в Законі України «Про медіа», не є тотожними. Ураховуючи відсутність у законодавстві України нормативно визначеного поняття «ЗМІ», зроблено висновок, що у КК термін «засіб масової інформації» повинен тлумачитися у розумінні поняття «засіб масової комунікації», що дозволяє включати в це поняття сучасні канали масової комунікації, зокрема соціальні мережі. Тобто, «ЗМІ» у статтях Особливої частини КК не є тотожним поняттю «медіа» в сучасному регулятивному законодавстві України.

По-друге, у проаналізованих Директивах ЄС та інших міжнародних актах поняття «ЗМІ» фактично не використовується та, відповідно, не визначається. Перелік таких засобів масової інформації на європейському просторі може бути вельми великим. Однак обов'язковою ознакою засобів масової інформації відповідно до Директив ЄС є наявність редакційного контролю або нагляду над контентом. При цьому діяльність соціальних мереж врегульована самостійними нормативними актами.

По-третє, поширення дописів, репостів, коментарів на сторінках соціальних мереж «Facebook», «ВКонтакте», каналі Youtube з огляду на ст. 22 Закону України «Про інформацію» (в ред. станом на 2022 р.) та Закону України «Про медіа» від 13.12.2022 вважається «використанням ЗМІ» та потребує кваліфікації за ч. 2 ст. 436-1 КК України.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ:

1. Шевців М.Б., Гончарук К.А. Пропаганда як соціально-політичне явище: проблеми розуміння. *Актуальні проблеми історико-правової та міжнародно-правової науки*. 2019. № 1. С. 119–122. DOI <https://doi.org/10.32850/sulj.2019.1-29>
2. Постанова колегії суддів Першої судової палати Касаційного кримінального суду у складі Верховного Суду від 28.10.2025 у справі № 639/1077/23 (провадження № 51-184км25). URL: <https://reyestr.court.gov.ua/Review/131853014> (дата зверн.: 01.02.2026).
3. Вирок Новобаварського (Жовтневого) районного суду м. Харкова від 15.05.2023 (справа № 639/1077/23, провадження № 1-кп/639/301/23). URL: <https://reyestr.court.gov.ua/Review/119039292> (дата зверн.: 01.02.2026).
4. Ухвала Харківського апеляційного суду від 04.11.2024 (справа № 639/1077/23, провадження № 11-кп/818/1653/24). URL: <https://reyestr.court.gov.ua/Review/122350601> (дата зверн.: 01.02.2026).
5. Про медіа: Закон України від 13.12.2022 № 2849-IX. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2849-20#Text> (дата зверн.: 01.02.2026).
6. Городенко Л.М. Медіа. Енциклопедія Сучасної України / редкол.: І.М. Дзюба, А.І. Жуковський, М. Г. Железняк та ін.; НАН України, НТШ. Київ: Ін-т енциклопедичних досліджень НАН України, 2018. URL: <https://esu.com.ua/article-66085> (дата зверн.: 01.02.2026).
7. Бігун В.М. До проблеми визначення ключових понять у сфері медіа. *Юридичний електронний науковий журнал*. 2023. № 8. С. 266–270. DOI <https://doi.org/10.32782/2524-0374/2023-8/61> URL: http://lsej.org.ua/8_2023/61.pdf DOI <https://doi.org/10.32782/2524-0374/2023-8/61> (дата зверн.: 01.02.2026).
8. Політологічний енциклопедичний словник: навч. посіб. / за ред. В. Бабкіна, Ю. Шемшученка. Київ: Генеза, 1997. 400 с.
9. Шемшученко Ю.С. Правове забезпечення інформаційної діяльності в Україні: монографія / за заг. ред. Ю.С. Шемшученка, І. С. Чиж; Ін-т держави і права ім. В.М. Корецького. Київ: Юрид. думка, 2006. 384 с.

10. Каплій О.В. Конституційно-правові засади організації та діяльності засобів масової інформації в Україні: дис. ... канд. юрид. наук: 12.00.02. Одеса. 237 с.
11. Резолюція 428 (1970) Щодо декларації про засоби масової інформвції та права людини. URL: http://www.data.minsk.by/books/ce_massmedia/3.html (дата зверн.: 01.02.2026).
12. Заключний акт Наради по безпеці та співробітництву в Європі» (Хельсінкі, 01.08.1975). URL: <https://ips.ligazakon.net/document/MU75010> (дата зверн.: 01.02.2026).
13. Конвенція про міжнародне право спростування: міжнародний документ ООН від 16.12.1952. URL: https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/995_319#Text (дата зверн.: 01.02.2026).
14. Recommendation CM/Rec (2011) 7 of the Committee of Ministers to member states on a new notion of media // Web-site of the Council of Europe. URL: <https://surl.lu/msictv> (дата зверн.: 01.02.2026).
15. Рекомендація 1950 (2011). Защита джерел інформації журналістів. URL: http://w1.c1.rada.gov.ua/pls/mpz/docs/1184_rec_1950.htm (дата зверн.: 01.02.2026).
16. Директива 2010/13/ЄС Європейського парламенту та Ради від 10 березня 2010 року про координацію певних положень, встановлених законами, підзаконними актами та адміністративними положеннями у державах-членах стосовно надання аудіовізуальних медіа-послуг (Директива про аудіовізуальні медіа-послуги) (кодифікована версія). URL: <https://surl.li/hqjffg> (дата зверн.: 01.02.2026).
17. Свобода поглядів і їх вільне вираження: Резолюція Ради ООН з прав людини від 02.10.2009 № 12/16. URL: http://cyberpeace.org.ua/files/ii_a_2.pdf (дата зверн.: 01.02.2026).
18. Рекомендація 1950 (2011). Захист джерел інформації журналістів. URL: http://w1.c1.rada.gov.ua/pls/mpz/docs/1184_rec_1950.htm (дата зверн.: 01.02.2026).
19. Кримінальний кодекс України. Науково-практичний коментар : у 2 т. / за заг. ред. В.Я. Тація, В.П. Пшонки, В.І. Борисова, В.І. Тютюгіна. 5-ге вид., допов. Харків: Право, 2013. Т. 2: Особлива частина / Ю.В. Баулін, В.І. Борисов, В.І. Тютюгін та ін. 2013. 1040 с.
20. Про внесення зміни до Кримінального кодексу України щодо відповідальності за заперечення чи виправдання злочинів фашизму: Закон України від 28.01.2014 № 735-VII. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/735-18#Text> (дата зверн.: 01.02.2026).
21. Boyd D.M., Ellison N.B. Social network sites: Definition, history, and scholarship. *Journal of Computer-Mediated Communication*. 2008. № 13. DOI <http://dx.doi.org/10.1111/j.1083-6101.2007.00393.x> URL: <https://www.scirp.org/reference/ReferencesPapers?ReferenceID=1600967> (дата зверн.: 01.02.2026).
22. Коноплицький С.М. Соціальні аспекти комунікації в мережі Інтернет: феноменологічний аналіз: дис. канд. соціол. наук. Київ, 2006. 154 с.
23. Братчикова Т.І. Функціональні та демографічні особливості сайтів соціальних мереж як фактор поширення інформаційних повідомлень. *Актуальні проблеми соціології, психології, педагогіки*. 2014. № 4 (25). С. 102–110. URL: <https://sociology.knu.ua/uk/aktualni-problemi-sociologiyi-psihiologiyi-pedagogiki-vipusk-25-2014/>
24. Кіца М. Роль соціальних мереж у сучасній журналістиці. *Вісник Національного університету «Львівська політехніка»*. Серія: Журналістські науки. Львів: Вид-во Львівської політехніки, 2018. № 896. С. 98–105. DOI : <https://doi.org/10.23939/sjs2018.01.107> (дата зверн.: 01.02.2026).
25. Frank Webster. Theories of the Information Society. URL: <https://scispace.com/pdf/theories-of-the-information-society-2e4432ztu.pdf> (дата зверн.: 01.02.2026).
26. Дубнік К. В. Соціальні мережі Інтернет як засіб обміну інформацією. *Держава та регіони*. Серія: Соціальні комунікації. 2014. № 3 (19). С. 122–126. URL: http://www.zhu.edu.ua/journal_cpu/index.php/der_sc/issue/viewIssue/58/45
27. Про інформацію: Закон України від 02.10.1992 № 2657-XII. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2657-12#Text> (дата зверн.: 01.02.2026).

Дата першого надходження рукопису до видання: 1.02.2026

Дата прийняття до друку рукопису після рецензування: 20.02.2026

Дата публікації: 5.03.2026