

ВПЛИВ ЗАКОНУ ПРО ЦИФРОВІ ПОСЛУГИ (THE DIGITAL SERVICE ACT) НА ДІЯЛЬНІСТЬ ОНЛАЙН-МЕДІА В УКРАЇНІ

THE IMPACT OF THE DIGITAL SERVICES ACT ON ONLINE-MEDIA ACTIVITIES IN UKRAINE

Сай В.І., аспірант кафедри інтелектуальної власності та приватного права

Національний технічний університет України «Київський політехнічний інститут імені Ігоря Сікорського»

Стаття аналізує вплив закону про цифрові послуги (the Digital Services Act, DSA) на діяльність онлайн-медіа в Україні. Законодавчі ініціативи у сфері цифрових послуг набули великої актуальності в контексті швидкого розвитку цифрового середовища та необхідності забезпечення захисту прав споживачів, конкуренції та безпеки в Інтернеті.

В грудні 2022 року був прийнятий Закон України «Про медіа». Стаття досліджує вплив цього закону на сферу онлайн-медіа в Україні, зосереджуючись на важливих аспектах, що виникають з введенням нових норм та вимог щодо забезпечення прозорості та відповідальності платформ згідно з новим законодавством, що спричиняють можливі наслідки для розповсюдження змісту, модерації контенту та взаємодії з користувачами.

В Україні закон визначає онлайн-медіа як медіа, що регулярно поширюють інформацію в цифровому форматі через мережу Інтернет на власних веб-сайтах. Проте, зазначається, що приватні сторінки у соцмережах та сайти неінформаційних компаній не підпадають під це визначення. Саме визначення цих винятків та додаткові критерії онлайн-медіа покладено на медіарегулятора України.

У статті аналізується відмінність підходів України та Європейського Союзу до регулювання діяльності онлайн-медіа. В ЄС цю сферу контролює закон про цифрові послуги (DSA), який також регулює діяльність соцмереж. У контексті нового українського закону, діяльність платформ, таких як соцмережі, поки що лишається поза українською юрисдикцією.

Медіарегулятор України, Національна рада з питань телебачення і радіомовлення, здатна втручатися лише в обмеженому обсязі, звертаючись до платформ із проханням обмежити доступ до інформації після застосування санкцій до суб'єкта, що поширює неправдиву інформацію.

У висновку статті зазначено про відповідність нового українського закону вимогам Директиви ЄС про аудіовізуальні медіасервіси, але також звертається увага на необхідність окремого закону для регулювання реклами, що буде відповідати місцевим особливостям. Важливим кроком є створення законодавчої бази про цифрові послуги, що імплементуватиме європейське законодавство в українську практику.

Ключові слова: закон про цифрові послуги, онлайн-медіа в Україні, взаємодія з користувачами та онлайн-медіа, компетенція органу регулювання медіа, законодавство про медіа та Інтернет-платформи.

The article analyzes the impact of the Digital Services Act (DSA) on the activities of online media in Ukraine. Legislative initiatives in the field of digital services have gained great relevance in the context of the rapid development of the digital environment and the need to ensure the protection of consumer rights, competition and safety on the Internet.

In December 2022, the Law of Ukraine "On Media" was adopted. The article examines the impact of this law on the sphere of online media in Ukraine, focusing on important aspects arising from the introduction of new norms and requirements for ensuring transparency and accountability of platforms under the new legislation, which cause possible consequences for the distribution of content, content moderation and interaction with by users.

In Ukraine, the law defines online media as media that regularly distribute information in digital format via the Internet on their own websites. However, it is noted that private pages in social networks and websites of non-information companies do not fall under this definition. The definition of these exceptions and additional criteria for online media is left to the media regulator of Ukraine.

The article analyzes the difference between the approaches of Ukraine and the European Union to the regulation of online media activities. In the EU, this area is controlled by the Digital Services Act (DSA), which also regulates the activities of social networks. In the context of the new Ukrainian law, the activities of platforms such as social networks remain outside Ukrainian jurisdiction for the time being.

Ukraine's media regulator, the National Television and Radio Broadcasting Council, is only able to intervene to a limited extent, asking platforms to restrict access to information after imposing sanctions on the entity spreading false information.

The conclusion of the article states that the new Ukrainian law complies with the requirements of the EU Directive on audiovisual media services, but also draws attention to the need for a separate law to regulate advertising that will meet local specifics. An important step is the creation of a legislative framework on digital services that will implement European legislation into Ukrainian practice.

Key words: the Digital Services Act, online-media in Ukraine, interaction with users and online-media, competence of the media regulatory body, legislation on media and Internet platforms.

У сучасному інформаційному суспільстві медіа є одним із ключових елементів, які формують публічну думку, передають інформацію та впливають на суспільство в цілому.

Медіа мають потенціал для масового поширення інформації завдяки своїй здатності досягати широкої аудиторії та впливати на сприйняття та формування думок громадськості.

Завдяки широкому доступу до Інтернету та соціальних мереж, онлайн-медіа надають можливість будь-кому стати виробником та поширювачем інформації. Це дозволяє наблизити голоси звичайних людей до широкої аудиторії і розширити сферу публічного дискурсу. Інформація, що розповсюджується через онлайн-медіа, може бути швидко поширеною та відображена в різних форматах, таких як тексти, фотографії, відео або аудіозаписи.

Важливо відзначити, що онлайн-медіа можуть мати значний вплив на сприйняття та формування думок громадськості. Це пояснюється тим, що медіа є одним із основних джерел інформації для багатьох людей. Вони впливають на те, яку інформацію ми отримуємо, як вона представлена і як ми її сприймаємо.

З розвитком технологій медіа постійно еволюціонують, адаптуючись до нових можливостей, які надають цифрові технології. Інтернет став ключовим інструментом для медіа, дозволяючи широкому колу користувачів отримувати доступ до різноманітного контенту та інформації в режимі реального часу, надав можливість для створення електронних версій традиційних видань, розповсюдження новин через веб-сайти та електронну пошту, а також розвиток нових форматів, таких як блоги, подкасти та відео-блоги.

Мобільні застосунки стали додатковим каналом для споживання медіа. Завдяки ним користувачі можуть отримувати доступ до новин, відео, аудіозаписів та іншого контенту прямо зі своїх смартфонів та планшетів. Це зробило інформацію більш доступною та зручною для споживачів, дозволяючи їм отримувати новини та контент у будь-який зручний для них час і в будь-якому місці.

Соціальні мережі також сильно вплинули на розвиток медіа. Вони стали платформою для спілкування, обміну інформацією та взаємодії між користувачами. Споживачі можуть не лише споживати контент, але й створювати його, ділитися своїми думками та коментарями, створювати власні блоги та відео. Це надає можливість для широкого поширення інформації та формування громадської думки.

Постійний розвиток технологій і засобів комунікації створює нові можливості для медіа, але також постає необхідність регулювання, щоб забезпечити етичне використання та відповідальність з боку медіаорганізацій. Регулювання медіа в контексті нових технологій стає складним завданням, оскільки потрібно забезпечити баланс між свободою вираження думок, захистом прав споживачів та обмеженням шкідливого та незаконного вмісту.

Залучення споживачів також виявляється в можливості створення власного контенту. Завдяки цифровим технологіям, користувачі можуть створювати власні блоги, відеоблоги, подкасти, фото- та відеоматеріали та інші формати контенту. Це дає можливість висловити свої ідеї, досвід та творчість, і ділитися ними з іншими користувачами. Такий обмін створює багатозарове та різноманітне медіа середовище, де кожен користувач може мати вплив на формування контенту та сприяти розвитку громадських думок.

В грудні 2022 року було прийнято Закон України «Про медіа», який розроблено на виконання вимог Європейського Союзу до України, зокрема для подолання надмірних приватних інтересів у медіапросторі України, впровадження в українському законодавстві положень Директиви Європейського парламенту і Ради 2010/13/ЄС про аудіовізуальні медіапослуги від 10 березня 2010 року зі змінами, внесеними Директивою (ЄС) 2018/1808 від 14 листопада 2018 року [1].

За новим законом онлайн-медіа не вважаються приватні сторінки в соцмережах та сайти неінформаційних компаній. Остаточні критерії будуть встановлені додатково українським медіарегулятором. Водночас, ЄС не має актів, які регулюють діяльність онлайн-медіа, а діяльність соцмереж врегульовується законом про цифрові послуги (the Digital Services Act, DSA).

В рамках роботи Гарячої лінії Комісії з журналістської етики, Максим Дворовий, медіаюрист Лабораторії цифрової безпеки та Комісії з журналістської етики, пояснив як відбуватиметься регуляція Національною радою України діджитал-платформ (YouTube, Facebook та інших) аудіовізуальних медіа.

З огляду на те, що платформи не перебуватимуть під українською юрисдикцією щонайменше до впровадження закону про цифрові послуги (DSA), регулювання буде вкрай обмеженим і буде залежати від «доброї волі» платформ.

Єдине, що може зробити Нацрада і на що її уповноважує закон – це звертатися до платформ з проханням обмежити доступ до інформації у разі, якщо за її поширення до суб'єкта було застосовано штраф та суворіші покарання.

Якись додаткові елементи регулювання можуть бути передбачені меморандумами між регулятором та платформами. Втім, зараз про їх укладення говорити зарано [2].

Крім того, на думку Максима Дворового, учасника робочої групи з написання Закону України «Про медіа», новий закон про медіа стандартам ЄС в цій галузі:

«Новий закон відповідає вимогам щодо регулювання аудіовізуальних медіасервісів, визначеним Директи-

вою ЄС про аудіовізуальні медіасервіси. Водночас, через особливості українського правового регулювання, частина норм Директиви – щодо реклами – буде впроваджуватися окремим законом, розробка якого зараз закінчується. ЄС не має актів, які регулюють діяльність онлайн- та друкованих медіа. Діяльність соцмереж врегульовується законом про цифрові послуги (DSA), прийнятим лише у 2022 році. Його імплементацією нині займається Міністерство цифрової трансформації України».

25 серпня 2023 року в Європейському Союзі набув чинності закон про цифрові послуги (DSA).

Головний принцип DSA – «все що є протиправним офлайн, також має бути протиправним онлайн». Аналогічний принцип вперше був сформульований Генеральною Асамблеєю ООН в Резолюції «Заохочення, захист та здійснення прав людини в Інтернеті», ухваленою Радою з прав людини 1 липня 2016 року № 32/13 [3]. Зокрема, в ній зазначається: «ті самі права, які людина має в офлайновому середовищі, повинні також захищатися в онлайн-овому середовищі».

Пункт «д» статті 34 DSA вказує на те, що Facebook, Twitter, Instagram, YouTube, Google, або іншими словами «постачальники дуже великих онлайн-платформ і онлайн-пошукових систем», повинні ретельно виявляти, аналізувати та оцінювати будь-які системні ризики.

Контроль за впровадженням положень DSA щодо дуже великих онлайн-платформ покладається на Європейську комісію як загальноєвропейський орган, а тому поки що не зрозуміло, який вплив матимуть держави та їх національні регулятори на такі платформи там, де доступу у Єврокомісії немає (зокрема, в Україні).

Український медіарегулятор – Національна рада України з питань телебачення і радіомовлення так само може регулювати онлайн-медіа, але не соціальні мережі. З огляду на те, що соцмережі не перебуватимуть під українською юрисдикцією щонайменше до впровадження закону про цифрові послуги (DSA), тому регулювання буде вкрай обмеженим і буде залежати від «доброї волі» платформ.

Єдине, що може зробити Нацрада і на що її уповноважує закон – це звертатися до платформ з проханням обмежити доступ до інформації у разі, якщо за її поширення до суб'єкта було застосовано штраф та суворіші покарання. Додаткові елементи регулювання можуть бути передбачені меморандумами між регулятором та платформами.

Наразі Міністерство цифрової трансформації України має працювати над розробкою акту, який імплементуватиме європейське законодавство в українську практику.

Віта Володовська, голова Лабораторії цифрової безпеки, пояснює значення терміну онлайн-медіа наступним чином:

«Онлайн-медіа – це медіа, що регулярно поширює інформацію у текстовій, аудіо-, аудіовізуальній чи іншій формі в електронному (цифровому) вигляді за допомогою мережі Інтернет на власному веб-сайті, крім медіа, які віднесені цим законом до аудіовізуальних медіа» [4].

Зазначений виняток є важливим, адже одразу виключає з кола онлайн-медіа VOD-платформи, які поширюють аудіовізуальний контент на замовлення і регулюються відповідно до Директиви ЄС про аудіовізуальні медіапослуги як аудіовізуальні медіа, хоча доступ до них ми теж отримуємо з використанням інтернету.

Так само, не є онлайн-медіа платформи, які створені для обміну користувацьким контентом. Особливості їхнього регулювання ми розглянемо у одній з наступних публікацій, що буде присвячена платформам спільного доступу до відео. Тим більше не вважатимуться онлайн-медіа веб-сайти компаній чи організацій, де поширюється інформація про їхню господарську діяльність.

До онлайн-медіа закон в першу чергу відносить онлайн-пресу, тобто медіа, які в основному поширюють текстовий контент, але можуть також мати окремі публікації з відео-контентом, наприклад, записи інтерв'ю. Як і для будь-якого медіа ключовими ознаками онлайн-медіа є поширення інформації для необмеженого кола осіб, наявність редакційного контролю, визначена періодичність чи регулярність публікацій, постійна назва, яка індивідуалізує це медіа.

Отже, законодавство та державне управління мають відповідати на нові виклики соціальних медіа та медіа-платформ шляхом безперервного удосконалення чинного законодавства, що охоплює сфери, які стосуються онлайн-платформ, зокрема у сфері свободи вираження поглядів і слова. Очевидно, що це питання не може регулюватися виключно законодавством держав-членів. У рамках Європейської цифрової стратегії відбулася реформа європейських правил для Інтернету. Було представлено: Закон про цифрові послуги (DSA) та Закон про цифрові ринки (DMA). Проект DSA, поданий Комісією, включаючи представників відповідних компаній, детально регулює відповідальність постачальників послуг, зберігаючи принцип, викладений у Директиві про електронну комерцію, що постачальники послуг не підлягають моніторингу, а контент є в першу чергу відповідальністю завантажувача. Також регулюються поняття нелегального контенту, а також поняття онлайн-платформи. DSA також регулює процедуру повідомлення про незаконний вміст і процес розгляду скарг щодо вмісту, видаленого постачальниками послуг, а також дозволяє судові розгляди. Також передбачена можливість для національних судів/органів держав-членів вимагати видалення образливого контенту від постачальників послуг. Окрема глава також регулює правила для дуже великих онлайн-платформ. Майбутнє регулювання платформ важко передбачити з упевненістю заздалегідь. Одним з важливих питань може бути профілювання користувачів, коли створюється

профіль поведінки користувача, або порівняння цих профілів зі статистикою інших користувачів. Іншим важливим питанням, також у контексті профілювання, є захист персональних даних (включаючи, наприклад, споживчі звички, переконання, сексуальні уподобання тощо). Необхідність регулювання також виправдовується тим фактом, що соціальні медіа хочуть залишатися активними на ринку даних та інформації, оскільки це є їх основним джерелом доходу. На брифінгу в лютому 2021 року Facebook повідомляв про бажання зменшити політичний контент у стрічці новин певних груп користувачів, що також викликає більше питань, ніж дає відповідей: що вважається політичним контентом, що означає поняття «зменшити» (точніше, наскільки менше), чи поширюється зменшення політичного змісту лише на певний політичний контент чи однаково на весь політичний контент, якої кількості користувачів це стосується тощо. Правове регулювання соціальних медіа стало однією з головних тем – якщо не головною – інформаційного суспільства за останні роки, а також є складною та здебільшого невирішеною проблемою для правових систем багатьох держав.

У контексті правового регулювання онлайн-медіа важливо забезпечити баланс між свободою вираження думок та захистом суспільства від шкідливого вмісту, дезінформації та недобросовісних дій. Це вимагає розробки прозорих правил, які визначають відповідальність медіа, обов'язки платформ та процедури вирішення суперечок. Законодавство повинно сприяти забезпеченню свободи слова, публічної безпеки та захисту прав людини, одночасно викоринюючи шкідливий вміст та дезінформацію.

Усуненням ролі медіа у формуванні думок та сприйнятті громадськістю неможливе. Однак, через правове регулювання та етичні стандарти можна створити рамки, в яких медіа будуть відповідально виконувати свою роль, сприяючи вільному та демократичному обміну інформацією.

ЛІТЕРАТУРА

1. Баконіна О. Роз'яснення щодо впровадження Закону «Про медіа». URL: https://jurliga.ligazakon.net/news/218586_rozjasnennya-shchodo-vprovadzheniya-zakonu-pro-media (дата звернення 21.08.2023).
2. Дворовий М. Новий Закон про медіа: питання і відповіді в рамках роботи Гарячої лінії КЖЕ. URL: <https://cje.org.ua/news/strong-povuy-zakon-pro-media-pytannia-i-vidpovidi-v-ramkakh-roboty-hariachoi-linii-kzhe-strong/> (дата звернення 20.08.2023).
3. Резолюція Генеральної Асамблеї ООН № 32/13 «Заохочення, захист та здійснення прав людини в Інтернет», ухваленою Радою з прав людини 01.07.2016. URL: <https://documents-dds-ny.un.org/doc/UNDOC/GEN/G16/156/90/PDF/G1615690.pdf?OpenElement> (дата звернення 21.08.2023).
4. Володовська В. Гра за правилами: як тепер регулюються онлайн-медіа в Україні. URL: <https://zmina.info/articles/gra-za-pravylamy-yak-teper-regulyuyutsya-onlajn-media-v-ukrayini/> (дата звернення 23.08.2023).