

Давидова Ірина Віталіївна,

кандидат юридичних наук, доцент, доцент кафедри цивільного права
Національного університету «Одеська юридична академія»

ПРАВОЧИНИ ТА СОЦІАЛЬНІ МЕРЕЖІ

З розвитком інформатизації суспільства популярності набули соціальні мережі, які мали на меті забезпечити можливість користувачам обмінюватися різного роду інформацією, здійснювати її пошук, як наприклад, знаходити старих і нових друзів, однокласників, однокурсників і т.п. Наразі соціальні мережі сприймаються більшістю користувачів як засіб розваги і спілкування, обміну інформацією. Також постійно збільшується значення використання соціальних мереж в економічній сфері, при організації різного роду 3D конференцій, міжнародних презентацій, наукових відеочатів тощо.

Зазначене зумовлює і збільшення інтересу бізнесу до соціальних мереж, використання їх можливостей для вчинення різного роду правочинів. Цим пояснюється постійне збільшення реклами, в тому числі і в соціальних мережах. Найпопулярнішими нині є такі соціальні мережі, як Facebook, Twitter та Instagram, які широко використовуються і для ведення бізнесу, а не лише спілкування. Платформа, яка б дозволяла безпосередньо заробляти у соцмережах, відсутня, однак в Україні діє велика кількість агентств, які надають свої послуги компаніям, що прагнуть популяризувати свій бренд через соціальні мережі. Зокрема, досить високі прибутки можуть мати SMMщики (від Social Media Marketing), оптимізатори контенту тощо.

Правочин є одним з найбільш поширених юридичних фактів сфери приватного права, будучи головною підставою виникнення цивільних регулятивних правовідносин. Як правова категорія, правочини характеризується сукупністю ознак, що дають можливість відмежовувати їх від інших юридичних фактів, зокрема, правочин: завжди є вольовим актом; є дією, спеціально спрямованою на досягнення певного правового результату; є дією суб'єктів цивільного (приватного) права; завжди є правомірною дією. Названі ознаки є загальними для усіх типів правочинів, а тому стосуються й правочинів, які укладаються в IT-сфері, зокрема, і в соціальних мережах.

Умовами дійсності правочинів є вимог щодо: 1) змісту правочину, 2) наявності правочиноздатності суб'єктів правочину, 3) відповідності волевиявлення внутрішній волі суб'єкта (суб'єктів) правочину, 4) форми правочину, 5) реальності правочину, 6) дотримання спеціальних умов, встановлених законом для даного виду правочину. Правочини, які можуть бути здійснені в соціальній мережі, також мають відповідати встановленим чинним законодавством умовам дійсності. Нажаль, окремо така категорія правочинів законодавчо не регулюється (хоч останнім часом законодавець намагається

узгодити діючі норми з реаліями, що, зокрема, виразилося у закріпленні понять електронного правочину, електронного договору, електронної комерції тощо), і такі правочини мають свої особливості вчинення, процедури виконання тощо. Проаналізуємо зазначені умови детальніше.

Відповідно до ч. 1 ст. 203 ЦК України, зміст правочину не може суперечити актам цивільного законодавства, а також інтересам держави і суспільства, його моральним засадам, тобто фізичні та юридичні особи повинні враховувати вимоги щодо здійснення цивільних прав, встановлених у ст. ст. 12, 13 ЦК України та інших актах цивільного законодавства. Дана умова дійсності правочину має бути «абсолютною» для всіх видів правочинів, які вчиняються між учасниками цивільних правовідносин. Не є виключенням і соціальні мережі, особливо враховуючи те, що активними користувачами соціальних мереж у своїй більшості молодь, особи, які внаслідок своєї недосвідченості можуть бути чутливі до так званої «забороненої» інформації (як, наприклад, антиморальної, антисоціальної тощо). Враховуючи специфіку онлайн середовища вважаємо, що можливість укладення правочинів, які б суперечили актам цивільного законодавства, інтересам держави і суспільства, його моральним засадам, повинні «передбачувати», «блокувати» тощо провайдери та нести відповідальність за свою бездіяльність.

Важливою вимогою до чинності правочину є те, що його можуть вчиняти лише суб'єкти, які мають необхідний обсяг правочиноздатності (ч. 2 ст. 203, ст. ст. 30-32, 34-39, 41, 42, 92 ЦК України). Діюче цивільне законодавство чітко визначає вимоги до осіб, які наділені цивільною право- та дієздатністю. Зокрема, зміст дієздатності фізичної особи залежить від віку особи і від стану її психіки, з урахуванням чого виділяється повна, часткова дієздатність або недієздатність. Самостійне вчинення правочинів є одним із найважливіших елементів дієздатності. Враховуючи те, що в різних країнах вік осіб, які можуть стати користувачами соціальних мереж є різним, однак, він, як правило, нижчий за вік повної дієздатності особи, важливо розуміти, які саме правочини в соціальній мережі може здійснювати зареєстрована особа. Також є можливість не вказувати свій вік (або ж вказати вигаданий), що може надати можливість отримати доступ до інформації, сервісів тощо, які фактично були б недоступні малолітньому. В даному випадку мова йде про введення в оману, що може бути складно виявити. Відповідно до діючого законодавства України за протиправні дії малолітніх і неповнолітніх (частково) несуть відповідальність батьки (які могли взагалі не знати про дії своїх дітей у соціальних мережах). Якщо ж мова йде про осіб, які мають опікунів чи піклувальників, то їх дії також повинні відповідати чинному законодавству.

Розглядаючи можливі форми укладення правочинів у соціальних мережах можна дійти висновку, що переважна більшість правочинів вчиняється у формі надання згоди на запропоновані умови без можливості змінити умови правочину, що фактично можна порівняти з усним правочином. Також правочини, які вчиняються у соціальній мережі, можуть мати і письмову форму, як, наприклад, правочини з адміністраторами, провайдерами тощо.

Після аналізу форми вчинення правочину як умови його дійсності не можна не звернути увагу на зазначену вище умову щодо реальності правочину, яка також є необхідною для визнання правочину дійсним. Тобто правочин має бути спрямований на реальне настання правових наслідків, що ним обумовлені. Вчинення правочинів через соціальні мережі мають деякий ступінь ризику, адже є можливість того, що товари, послуги тощо, які пропонуються через соціальні мережі, не відповідають характеристикам цих товарів у реальному житті (інші якісні характеристики або ж взагалі відсутність такого товару, тобто фактично це обман).

Яскравим прикладом впливу соціальних мереж на формування враження від пропозицій в Інтернеті є експеримент У. Батлера з Лондону, який рекламував неіснуючий насправді ресторан, оформивши відповідним чином сайт, розміщуючи велику кількість позитивних коментарів. В результаті активної роботи над сайтом ресторан "The shed at dul wich" зайняв перше місце в рейтингу, бажаючих його відвідати було досить багато [1]. В даному випадку експеримент не мав на меті реально щось продавати (адже фактично не існувало ані приміщення, ані співробітників) чи купувати (хоч і надходили пропозиції від постачальників товарів тощо), а лише довести «силу Інтернету», а саме відгуків у соціальних мережах, які і сформували ажіотаж і велику кількість бажаючих відвідати новий ресторан.

Ведучи мову про реальність правочину необхідно зазначити, що купуючи будь-який товар через соціальні мережі, користувач мережі не може бути впевнений у тому, що описані якісні характеристики відповідають дійсності, що немає пошкоджень товару тощо. Може здатися, що покупка через спеціалізований інтернет-магазин має більше гарантій якості та відповідальності з боку продавця, аніж покупка у фізичної особи через соціальні мережі. Що не завжди відповідає дійсності. Також гарантією якості та відповідальності продавця вважається наявність позитивних відгуків інших покупців, які демонструють вже куплений товар, розміщують його фото тощо. Так, частково це може зорієнтувати особу у виборі товару, однак, попередній приклад говорить про можливість розміщення несправжніх відгуків, які будуть лише дезорієнтувати.

На практиці можуть мати і відверто обманні дії, коли створений сайт працює деякий час, розміщуючи фейкові позитивні відгуки, пропонуючи купити товар та оплатити його відразу, а покупка взагалі не приходить. З часом сайт перестає існувати і повернути свої кошти вже не видається можливим.

Отже, правочини, вчинені в соціальній мережі, як будь-які правочини, повинні відповідати умовам дійсності, перерахованим вище. Якщо ж правочин вчинено з порушенням даних умов (або хоча б однієї з них) – він не може вважатися дійсним.

Розвиток інформаційного суспільства та активне використання Інтернету, і соціальних мереж, зокрема, при вчиненні правочинів, дає можливість говорити не просто про «правочини», а про правочини нового типу, які сутнісно пов'язані з використанням інформаційних технологій, внаслідок чого можуть мати таку назву «ІТ-правочини» і визначатися як дії суб'єкта цивільного права, що вчиняються у сфері застосування та /або за допомогою інформаційних технологій, спрямовані на встановлення, зміну, припинення цивільних прав та обов'язків.

Література:

1. Несуществующий ресторан стал первым в рейтинге: юный бездельник надул весь интернет! – Режим доступу: https://macos.livejournal.com/1638607.html?utm_source=fbsharing&utm_medium=social