

Конкурсна робота на тему:

**ЗАХИСТ ЧЕСТІ, ГІДНОСТІ ТА ДІЛОВОЇ РЕПУТАЦІЇ В ЕПОХУ
СОЦІАЛЬНИХ МЕРЕЖ**

dignity&honor

ЗМІСТ

ВСТУП	2
1. ЧЕСТЬ, ГІДНІСТЬ, ДІЛОВА РЕПУТАЦІЯ ЯК ОБ'ЄКТИ ПРАВОВОГО ЗАХИСТУ	4
1.1. Поняття честі, гідності та ділової репутації.....	4
1.2. Дифамація: поняття і види	9
1.3. Захист честі, гідності, ділової репутації в суді	12
2. ПРОБЛЕМИ ЗАХИСТУ ЧЕСТІ, ГІДНОСТІ, ДІЛОВОЇ РЕПУТАЦІЇ, ПОСЯГАННЯ НА ЯКІ ВІДБУЛОСЬ В СОЦІАЛЬНИХ МЕРЕЖАХ.....	18
2.1. Визначення належного відповідача.	18
2.2. Належне оформлення доказів у справі	23
2.3. Визначення застосовного правопорядку	25
ВИСНОВКИ.....	28
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ.....	30

ВСТУП

Постановка проблеми. Честь, гідність та ділова репутація вже тривалий час захищаються правом як одні з найважливіших особистих немайнових цінностей. При цьому, саме честь та ділова репутація лежать в основі розвитку бізнесу та торгівлі, а повага до гідності людини слугує одним із принципів діяльності державних органів. У той же час, сукупна аудиторія найбільших соціальних мереж перевищує населення земної кулі і багато процесів переміщуються з реального світу у віртуальний. За найсвіжішими оцінками, в Україні 11 мільйонів активних користувачів Facebook, і їх кількість щомісяця зростає. Також доволі популярними є такі мережі як Twitter та Instagram. Проте широкий доступ до соціальних мереж має і іншу сторону – неконтрольоване поширення неперевіреної, часто – недостовірної інформації.

Актуальність теми. Поширення неправдивої негативної інформації про особу в соціальних мережах може повністю знищити її репутацію, призвести до звільнення з роботи, обриву ділових і дружніх зв'язків тощо. Вплив маніпуляцій інформацією в соціальних мережах людство вже мало змогу оцінити – наприклад, про викривлення результатів виборів внаслідок діяльності ботів говорять в США (2016) та Великобританії (2017). При цьому, всі соціальні мережі, популярні в українців, мають іноземне походження. Саме тому, враховуючи парламентські і президентські вибори, що наближаються, вразливість масового користувача соціальних мереж, швидке зростання аудиторії соціальних мереж в Україні та іноземне походження адміністрації соціальних мереж, вважаємо дослідження, присвячене боротьбі з дифамацією в соціальних мережах в контексті міжнародного приватного права надзвичайно актуальним.

Ступінь розробленості теми. Окремі аспекти захисту від дифамації були розроблені у працях О. В. Пушкіної, І. М. Грищенко, І. В. Саприкіної, Т. І. Лежух, М. Є. Дирдіна, О. В. Кукуюка, А. А. Білої-Кисельової. Деякі з цих дослідників (Т.І.Лежух, О.В.Пушкіна) звертали увагу і на випадки

захисту честі, гідності, ділової репутації, посягання на які відбулось в мережі Інтернет. На противагу цьому, у західній правовій науці дуже активно досліджуються питання протидії дифамації в соціальних медіа. Жодним чином не применшуючи вклад теоретиків і практиків, зазначимо, що питання захисту від дифамації в соціальних мережах вітчизняними науковцями розроблено лише фрагментарно.

Відтак, **метою** дослідження є визначення основних проблем захисту честі, гідності та ділової репутації, посягання на які відбулось в соціальних мережах. Відповідно до мети дослідження визначені такі основні **завдання**: 1) з'ясувати сутність понять «честь», «гідність», «ділова репутація»; 2) визначити зміст та види дифамації; 3) окреслити засади судового захисту честі, гідності, ділової репутації; 4) вказати на основні проблеми захисту честі, гідності, ділової репутації, посягання на які відбулось в соціальних мережах, такі як визначення належного позивача, належне оформлення доказів чи обрання застосовного правопорядку.

Об'єктом дослідження виступає дифамація в соціальних мережах та шляхи протидії їй. **Предметом** дослідження варто назвати норми вітчизняного законодавства, матеріали правозастосовчої практики які стосуються захисту честі, гідності та ділової репутації. Теоретичною і методологічною основою наукової роботи слугувала сучасна теорія прав людини, міжнародні акти, нормативні акти України, Ради Європи та Європейського Союзу, практика вітчизняних судів та Європейського суду з прав людини. При написанні наукової роботи використовувались наступні **методи**: 1) аналітичний і логічний методи дозволили здійснити відбір та аналіз інформації за темою дослідження; 2) формально-юридичний метод дав змогу визначити поняття «честь», «гідність», «ділова репутація», «дифамація»; 3) порівняльно-правовий метод дав можливість провести порівняння законодавства України та інших держав, а також міжнародно-правових актів та права ЄС щодо боротьби з дифамацією у соціальних мережах.

1. ЧЕСТЬ, ГІДНІСТЬ, ДІЛОВА РЕПУТАЦІЯ ЯК ОБ'ЄКТИ ПРАВОВОГО ЗАХИСТУ

1.1. Поняття честі, гідності та ділової репутації

Поняття «честь», «гідність» та «ділова репутація» зайняли чільне місце у лексиконі не тільки правників, а і пересічних громадян. Окремі з цих понять можна знайти в Конституції, Цивільному кодексі, Цивільному процесуальному кодексі тощо. Тим не менш, вважаємо за необхідне почати нашу роботу зі з'ясування змісту зазначених понять і їх розмежування.

Отже, поняття «честь» та «гідність» тричі згадуються у Конституції України: 1) у статті 3, де поряд з людиною, її життям і здоров'ям, недоторканністю і безпекою визнаються найвищою соціальною цінністю; 2) у статті 68, в якій встановлюється заборона посягати на права і свободи, честь і гідність інших людей; 3) у статті 105, яка передбачає відповідальність за законом за посягання на честь і гідність Президента України.

Крім того, поняття гідності згадується окремо, у статті 28, яка встановлює заборону катування, нелюдського, та такого, що принижує гідність, поводження.

Поняття «репутація» з'являється лише у статті 34 – остання визначає захист репутації інших осіб як одну з можливих підстав обмеження права на свободу думки і слова, вільне вираження своїх поглядів та переконань.

Цивільне законодавство, незважаючи на закріплення честі, гідності та ділової репутації в одному ряду «особистих немайнових благ, які охороняються цивільним законодавством» (стаття 201 ЦКУ) та визначення їх приниження як підстави відшкодування моральної шкоди (пункт 4 частини 2 статті 23 ЦКУ), дозволяє провести вже більш чітке розмежування між зазначеними поняттями. Зокрема, право на повагу до честі і гідності особи та на повагу до її ділової репутації закріплені різними статтями ЦКУ (відповідно, статтями 297 та 299). При цьому зазначається, що «гідність та честь фізичної особи є недоторканими», а на захист своєї ділової репутації особа може звернутись до суду. Цікавим моментом також видається те, що

законодавець передбачає наявність ділової репутації (на відміну від честі і гідності) не тільки у фізичних, але і в юридичних осіб (стаття 94 ЦКУ).

Цивільне процесуальне законодавство також звертається до зазначених понять, наприклад: 1) визначає повагу до честі і гідності, рівність усіх учасників судового процесу перед законом та судом як одну із засад (принципів) цивільного судочинства (стаття 2 ЦПКУ) та як зобов'язання суду (стаття 6 ЦПКУ); 2) передбачає захист честі і гідності як одну з підстав розгляду справи у закритому судовому розгляді (стаття 7 ЦПКУ); 3) дозволяє головуєчому за заявою учасників справи знімати питання, поставлені свідку, якщо вони за змістом ображають честь чи гідність особи (стаття 230 ЦПКУ).

У свою чергу, ділова репутація береться до уваги у випадках визначення розміру витрат на професійну правничу допомогу (стаття 137 ЦПКУ) та розподілі судових витрат між сторонами (стаття 141 ЦПКУ).

Є згадки про відповідні поняття і в міжнародних актах регіонального та універсального характеру. Наприклад, стаття 12 Загальної декларації прав людини 1948 року захищає особу від безпідставного посягання на її честь і репутацію і передбачає право на захист законом від такого втручання або таких посягань. Подібне правило передбачене і статтею 17 Міжнародного пакту про громадянські і політичні права 1966 року: ніхто не повинен зазнавати ... незаконних посягань на його честь і репутацію. Окремі статті у цих актах відповідають ся для захисту гідності особи: заборона катування, нелюдського та такого, що принижує гідність особи, поводження і покарання, встановлено статтею 5 Загальної декларації прав людини та статтею 7 Міжнародного пакту про громадянські та політичні права.

Конвенція про захист прав людини та основоположних свобод окремо виділяє заборону посягання на гідність особи (стаття 3) та «репутацію інших осіб» як підставу обмеження права на свободу вираження поглядів (стаття 10), не торкаючись поняття честі у своєму основному тексті. Європейська соціальна хартія передбачає лише право на «гідне ставлення до особи на роботі» (стаття 26). Хартія основних прав ЄС називає гідність людини однією

з основних цінностей (Преамбула), проголошує її недоторканість і передбачає її захист і повагу до неї (стаття 1), забороняє катування, нелюдське та таке, що принижує гідність, поводження та покарання (стаття 4) та екстрадицію особи до країн, де їй може загрозовувати приниження її гідності (стаття 19).

Як бачимо, творці всіх наведених актів чітко розділяють честь, гідність та ділову репутацію, проте не наводять визначень відповідних понять. Єдиним законодавчим визначенням можна вважати надане у статті 2 ЗУ «Про банки і банківську діяльність» поняття ділової репутації відомостей, зібраних Національним банком України, про відповідність діяльності юридичної або фізичної особи, у тому числі керівників юридичної особи та власників істотної участі у такій юридичній особі, вимогам закону, діловій практиці та професійній етиці, а також відомостей про порядність, професійні та управлінські здібності фізичної особи. Як бачимо, наведене визначення пристосоване до вузькопрофільних, спеціалізованих потреб і не може бути прийняте як загальне. Тому в пошуках відповідних визначень вбачається за необхідне дослідити правозастосовну практику та праці вчених-правників.

Зокрема, пункт 4 Постанов Пленуму Верховного суду України «Про судову практику у справах про захист гідності та честі фізичної особи, а також ділової репутації фізичної та юридичної особи» констатує, що чинне законодавство не містить визначення понять гідності, честі чи ділової репутації, оскільки вони є морально-етичними категоріями й одночасно особистими немайновими правами, яким закон надає значення самотійних об'єктів судового захисту. Відтак, у акті наголошується, що: гідність – це визнання цінності кожної фізичної особи як унікальної біопсихосоціальної цінності; честь – позитивна соціальна оцінка особи в очах оточуючих, яка ґрунтується на відповідності її діянь (поведінки) загальноприйнятим уявленням про добро і зло; ділова репутація фізичної особи – набута особою

суспільна оцінка її ділових і професійних якостей при виконанні нею трудових, службових, громадських чи інших обов'язків.

Ділова репутація юридичної особи, у тому числі підприємницьких товариств, фізичних осіб - підприємців, адвокатів, нотаріусів та інших осіб – оцінка їх підприємницької, громадської, професійної чи іншої діяльності, яку здійснює така особа як учасник суспільних відносин.

Подібні визначення зазначених понять наводять також у своїх працях науковці. Так, Ю. В. Попов та К. Р. Федонюк вважають, що честь можна розуміти як особисте немайнове благо, яке є, по суті, позитивною соціальною інформацією про особу, яка ґрунтується на уявленнях про добро і зло, усталених у суспільстві, і усвідомлюється самою особою. Гідність, на думку зазначених дослідників, розуміється, як особисте немайнове благо, яке є інформацією про цінність кожної особи, визнану у суспільстві, а ділова репутація – це, в свою чергу, інформація, яка набула рис суспільного знання про досягнення тої чи іншої особи [18]. Поняття честі, гідності та ділової репутації було присвячене дисертаційне дослідження І.В.Саприкіної. Зокрема, науковця вважає, що честь розглядається як особисте немайнове благо, яке є, по-суті, позитивною соціальною інформацією про особу яка ґрунтується на уявленнях про добро і зло, усталених у суспільстві і усвідомлюється самою особою; гідність - це особисте немайнове благо, яке є інформацією про цінність кожної особи, визнану у суспільстві; ділова репутація - це інформація, яка набула рис суспільного знання про досягнення тої чи іншої особи [22].

Аналізуючи честь, гідність та ділову репутацію у специфічному аспекті (через призму трудового права), О.О.Осадько вказує, що ділова репутація працівника - це суспільна оцінка професійно-ділових якостей, морального обличчя, законослухняності працівника, набута ним при належному виконанні трудових обов'язків, обумовлених трудовим договором. У свою чергу, честь працівника – це ставлення працівника до праці й усвідомлення власної моральної й ділової репутації, що склалася на підприємстві, в

установі чи організації, а гідність працівника – це сукупність моральних, професійних та особистісних якостей працівника, що несуть у собі інформацію про його цінність, характеризують повагу до самого себе й до недоторканності своєї ділової репутації на весь час дії трудового договору [16].

Деякі правники вважають, що під честю варто розуміти відображення якостей особи в суспільній свідомості, що супроводжується позитивною оцінкою суспільства, під гідністю – відображення її якостей у власній свідомості, що супроводжується позитивною оцінкою особи, а під діловою репутацією – відображення ділових якостей особи в суспільній свідомості, що супроводжується оцінкою суспільства [24]. Загалом, проаналізувавши цивілістичну доктрину, Я.С. Протопопова доходить думки, що різні наукові джерела загалом сходяться на тому, що під честю можна розуміти громадську оцінку людини, під гідністю – її особисту самооцінку, а під ділової репутацією – громадську оцінку ділових якостей особи, її професійних переваг і недоліків [19].

Доволі близьким вбачається розуміння понять «честь», «гідність» та «ділова репутація» відповідно до грузинської правничої доктрини. Зокрема, відповідно до прийнятого в юридичній науці Грузії визначення, «честь» передбачає об'єктивну оцінку суспільства, що визначає ставлення цього суспільства до особистості. «Гідність», у свою чергу, означає моральні та інші якості, здібності, оцінку особи, її обов'язків перед суспільством; соціальну значимість особи у власних очах. Ділова репутація передбачає оцінку професійних та інших ділових якостей особистості суспільством, що є основою для ставлення суспільства до даної особи [4].

Західна правова доктрина також оперує поняттями гідності, честі та ділової репутації. Репутація у такому випадку розуміється як сприйняття певного індивідуума іншими особами, або сприйняття, яке він чи вона має в суспільстві. Репутація може бути визначена як «становище в суспільстві», і асоціюється з поняттями «честь» (стосується ролі людини і взаємодії з

іншими в суспільстві) і «гідність» (безпосередньо пов'язана з внутрішнім відчуттям власної цінності). Втрата репутації може призвести до втрати «становища у суспільстві», або іншими словами, примусового виключення з громади та ізоляції [1].

Отже, проаналізувавши вищевикладене, можна дійти таких висновків. По-перше, терміни «честь», «гідність», «ділова репутація» широко використовуються у вітчизняному законодавстві та у актах міжнародного характеру. Проте, на жаль, у чинні нормативно-правові акти України містять лише фрагментарне визначення поняття «ділова репутація», оминаючи інші з наведених понять. По-друге, право на захист честі, гідності, ділової репутації, гарантується як на рівні національних правових систем, так і на рівні Конвенції про захист прав людини та основоположних свобод та загальної декларації прав людини. По-третє, для з'ясування змісту понять «честь», «гідність», «ділова репутація» доцільно звернутись до праць вітчизняних і зарубіжних правників. Аналіз їх публікацій дозволяє дійти висновку, що під честю варто розуміти сукупність інформації про особу, її здібності, моральні якості, попередню поведінку, яка слугує для формування ставлення суспільства до цієї особи; гідність – уявлення особи про свої власні моральні якості і цінність; ділова репутація – інформація, яка сприяє формуванню уявлення реальних та потенційних контрагентів особи про її ділові і професійні якості. Зазначимо, що честь, гідність та ділову репутацію також розглядають як особисте немайнове благо, яке підлягає захисту в судовому порядку.

1.2. Дифамація: поняття і види

Незважаючи на широке закріплення в законодавстві та існування судових гарантій захисту честі, гідності та ділової репутації, на останні доволі часто відбуваються посягання. Одним із найбільш поширених способів таких посягань можна вважати дифамацію.

Термін дифамація походить від латинських *diffamatio*, *diffamare*, які означали «знеславлення», «напад», «безчестя». Поняття «дифамація» є

характерним для США, деяких країн Західної Європи, але мало притаманне законодавству пострадянських держав [10]. Український законодавець ставиться до дифамації як до цивільно-правового делікту, передбачаючи можливість захисту честі, гідності та ділової репутації особи за допомогою позову до суду. Такі положення цілком відповідають стандартам Ради Європи, закріпленим у Резолюції 1577 (2007) «Стосовно декриміналізації дифамації». Остання вказує, що свобода вираження поглядів не може бути безмежною, однак «заяви або звинувачення, зроблені в інтересах суспільства, навіть якщо вони виявились неточними, не повинні [кримінально] каратися за умови, що вони були зроблені без усвідомлення їх неточності, без наміру заподіяння шкоди, а їх правдивість перевірялася з належною старанністю». До такого ж висновку дійшов і Комітет з прав людини у Загальному коментарі № 34 «Стаття 19. Свобода думки та вираження поглядів»: у разі, якщо особа добросовісно помилялась стосовно поширеної нею інформації, вона не повинна нести кримінальну відповідальність.

Уявлення про зміст дифамації кардинально відрізняється в різних правових системах: від поширення неправдивої інформації до поширення інформації, яка відповідає дійсності, але зображує особу в невітідному світлі і шкодить її репутації.

Зокрема, відповідно до позиції вчених деяких пострадянських держав, дифамація може розумітися як поширення інформації про приватне життя людини, яка є його / її приватною або сімейною таємницею, і яка шкодить честі, гідності, діловій репутації особи, без згоди такої особи. При цьому не має значення чи є ця інформація правдивою, чи не є [15]. Для США, у свою чергу, незаперечним є положення, що оприлюднення правдивих відомостей (таких, які особа може довести у суді) не становить дифамації. Сама дифамація при цьому розуміється як усвідомлене (винне) діяння, яке завдає шкоди репутації особи через неправдиві заяви. Також право США розрізняє дифамацію в письмовій формі (libel) та в усній формі (slander) [11]. Така ж практика поширена в переважній більшості держав-членів Ради Європи.

Вважаємо, що друга позиція є більш обґрунтованою, і дифамацією варто вважати поширення *неправдивих* відомостей, як шкодять честі, гідності та діловій репутації особи.

Дії, що становлять дифамацію, можуть не бути однорідними, а тому вбачається за можливе провести класифікацію різних видів цього явища. А.М. Ерделевський виділяє такі види дифамації залежно від суб'єктивного ставлення особи до поширеної нею інформації: 1) особа поширила інформацію, яка є завідомо неправдивою (наклеп) і принижує честь, гідність чи шкодить діловій репутації постраждалого; 2) особа поширила інформацію, яка є неправдивою і принижує честь, гідність чи шкодить діловій репутації постраждалого, через недбалість; 3) особа поширила інформацію, яка кореспондується з реальністю, але принижує честь, гідність чи шкодить діловій репутації постраждалого [25].

У свою чергу зазначимо, що іншим критерієм класифікації дифамації може стати спосіб поширення відповідної інформації (за зразком права США). Зокрема, неправдиві відомості про особу можуть бути поширені *усно* (під час публічної сварки, в обговоренні постраждалого з третіми особами під час особистої чи телефонної розмови тощо) або в *письмовій формі* (у вигляді статей у ЗМІ, дописів у соціальних мережах, шляхом поширення відкритих листів, розклеювання листівок тощо). З розвитком цифрових технологій все більшого поширення набуває другий вид дифамації. Вже зараз створено чимало майданчиків, які можуть слугувати інструментом для розповсюдження неправдивих відомостей про особу. При цьому особа, яка оприлюднює інформацією, може робити це анонімно або використовуючи несправжнє ім'я. Саме на останньому виді дифамації ми зосередимо увагу в своїй роботі.

Отже, підсумовуючи вищевикладене, зауважимо, що під дифамацією варто розуміти умисне поширення завідомо неправдивих відомостей про особу, які принижують її честь, гідність та шкодять діловій репутації.

Дифамацією вважається як усне, так і письмове розповсюдження вищенаведених відомостей.

1.3. Захист честі, гідності, ділової репутації в суді

Чесť, гідність та ділова репутація підлягають правовій охороні і захисту нарівні з іншими особистими немайновими благами. Наприклад, на думку І.В.Саприкіної, честь, гідність, ділова репутація можуть бути захищені: 1) у суді (стаття 55 Конституції, стаття 16 ЦК України); 2) в адміністративному порядку (стаття 17 ЦК України); 3) нотаріусом (стаття 18 ЦК України); 4) самостійно (стаття 55 Конституції, стаття 19 ЦК України); 5) за допомогою інших громадських, державних та міжнародних інституцій (органів прокуратури, Уповноваженого Верховної Ради України з прав людини, а після використання всіх національних засобів правового захисту - Європейським Судом з прав людини) [21].

Зауважимо, що найбільш ефективним та поширеним способом захисту честі, гідності та ділової репутації видається звернення до суду, тому саме на цьому способі захисту ми зосередимо свою увагу в рамках нашої роботи.

Відповідно до судової практики США, для встановлення факту дифамації необхідно довести: а) факт оприлюднення певної інформації; б) неправдивість такої інформації, при цьому інформація має стосуватися позивача і бути спрямованою на завдання шкоди його репутації.

Оприлюдненням інформації вважається її поширення в будь-який спосіб, якщо вона стала доступною більш ніж одній особі. У випадку, коли позивачем виступає публічна особа, необхідно також довести наявність умислу на завдання шкоди репутації позивача [3].

Подібний перелік обставин наводиться також пунктом 15 Постанови Пленуму Верховного суду України «Про судову практику у справах про захист гідності та честі фізичної особи, а також ділової репутації фізичної та юридичної особи». Зокрема, юридичним складом правопорушення, наявність якого може бути підставою для задоволення позову, є сукупність таких обставин: а) поширення інформації, тобто доведення її до відома хоча б одній

особі у будь-який спосіб; б) поширена інформація стосується певної фізичної чи юридичної особи, тобто позивача; в) поширення недостовірної інформації, тобто такої, яка не відповідає дійсності; г) поширення інформації, що порушує особисті немайнові права, тобто або завдає шкоди відповідним особистим немайновим благам, або перешкоджає особі повно і своєчасно здійснювати своє особисте немайнове право.

При цьому, у Постанові міститься вказівка на найчастіше використовувані способи поширення інформації:

а) опублікування у пресі; б) передання по радіо, телебаченню чи з використанням інших засобів масової інформації; в) поширення в мережі Інтернет чи з використанням інших засобів телекомунікаційного зв'язку; г) викладення в характеристиках, заявах, листах, адресованих іншим особам; д) повідомлення в публічних виступах, в електронних мережах.

У свою чергу, недостовірною вважається інформація, яка не відповідає дійсності або викладена неправдиво, тобто містить відомості про події та явища, яких не існувало взагалі або які існували, але відомості про них не відповідають дійсності (неповні або перекручені).

У рамках практики Європейського суду з прав людини також напрацьовано підходи до захисту честі, гідності та ділової репутації особи і боротьби з дифамацією. Загалом, на відміну від інших міжнародних документів, спрямованих на захисту прав людини, Європейська конвенція про права людини не гарантує прямо права на захист репутації. Як вже зазначалось, захист репутації безпосередньо згадується в статті 10 Конвенції як можлива підстава обмеження права на свободу вираження поглядів. Проте, за певних обставин Європейський суд з прав людини включав право на захист репутації до складових права на повагу до приватного життя, гарантованого статтею 8 Конвенції. Надалі у прецедентній практиці Суду, яка стосується дифамації, стало стандартним посилання на конкуренцію статей 8 (право на повагу до приватного життя особи, репутації якої було

завдано шкоди) та 10 (право особи, яка поширила інформацію, на свободу вираження поглядів) Конвенції [1].

Загалом, аналізуючи практику Європейського суду з прав людини, вважаємо за можливе виділити кілька основних принципів захисту репутації відповідно до Конвенції:

1) варто забезпечувати належний баланс між захистом репутації окремих осіб та правом на свободу вираження поглядів (свободу преси). Зокрема, як зауважив ЄСПЛ у справі *Satakunnan Markkinapörssi Oy and Satamedia Oy v. Finland*, «з урахуванням ... того факту, що головним у цій справі є питання про дотримання правильної рівноваги між зазначеним правом (свобода вираження поглядів) і правом на приватне життя, закріпленим у внутрішньодержавному законодавстві про захист даних та доступ до них. ... Беручи до уваги необхідність захисту цінностей, що лежать в основі Конвенції, і те, що права, гарантовані статтями 10 і 8 Конвенції, заслуговують на повагу в рівній мірі, важливо не забувати про те, що баланс між цими двома правами, який зобов'язані забезпечувати внутрішньодержавні органи влади, має прагнути до збереження істотних аспектів обох зазначених прав». До подібних висновків ЄСПЛ дійшов також у справі *Delfi AS v. Estonia*.

2) значну роль при зважуванні зазначених цінностей відіграє соціальний статус особи, репутації якої завдається шкода. В окремих випадках певні події можуть становити значний суспільний інтерес, а коло відомостей, які підлягають оприлюдненню, може бути ширшим, якщо йдеться про політиків (справи *Hoon v. the United Kingdom*, *Karakó v. Hungary*), практикуючих юристів (*Jankauskas v. Lithuania (II)*, *Lekavičienė v. Lithuania*, *Wegrzynowski and Smolczewski v. Poland*), суддів (*Özpinar v. Turkey*), лікарів (*Fürst-Pfeifer v. Austria*) і навіть членів королівської родини (*Von Hannover v. Germany*). Наприклад, у справі *Hoon v. the United Kingdom* Суд зауважив, що шкода, завдана репутації заявника слідством і звітом, була пропорційна інтересам громадськості в тому, щоб бути в курсі таких

проваджень і їх результатів. Знижений рівень правового захисту права на репутацію, спричинений правилом парламентського імунітету відповідно до британського законодавства, відповідав і відображав загальновизнані правила в Раді Європи та Європейському Союзі і в принципі не може розглядатися як непропорційне обмеження права на повагу до приватного життя. Зауважимо, що у пункті 21 Постанови Пленуму ВСУ «Про судову практику у справах про захист гідності та честі фізичної особи, а також ділової репутації фізичної та юридичної особи» також міститься вказівка на розширені межі допустимої критики щодо публічних осіб.

3) при вирішенні справи обов'язково варто розрізняти твердження про факти та оціночні судження. Національні суди не повинні змушувати журналістів надавати відомості на підтвердження оціночних суджень (*Lingens v. Austria*). Проте, для того, щоб вважатись обґрунтованим, оціночне судження має базуватись на: а) фактах, що вважаються загальновідомими; б) підтвердженні висловлювання яким-небудь джерелом; в) посиланні на незалежне дослідження (справа *Novaya Gazeta and Borodyanskiy v. Russia*).

Національне законодавство також закріплює поняття «оціночне судження», під яким розуміє висловлювання, які не містять фактичних даних, критику, оцінку дій, а також висловлювання, що не можуть бути витлумачені як такі, що містять фактичні дані, зокрема з огляду на характер використання мовно-стилістичних засобів (вживання гіпербол, алегорій, сатири) (стаття 30 ЗУ «Про інформацію»).

Т.І.Лежух вважає, що з врахуванням положень частини 2 статті 16 ЦК України, найбільш прийнятними способами захисту честі, гідності, ділової репутації особи є: визнання права; припинення дії, яка порушує право; відновлення становища, яке існувало до порушення; відшкодування моральної шкоди (стаття 23 ЦК України)[14].

Зауважимо, що зазвичай позови про захист честі, гідності та ділової репутації об'єднують в собі принаймні дві позовні вимоги – безпосередньо спростування поширених відомостей та відшкодування моральної шкоди,

завданої поширенням таких відомостей. Наприклад, у справі № 132/504/15-ц (рішення від 26 листопада 2015 року Липовецького районного суду Вінницької області) позивач наголошував, що поширення неправдивої інформації порушує право позивача на повагу до його гідності, честі та ділової репутації, у зв'язку з чим він просить суд зобов'язати відповідача спростувати поширену інформацію, а також стягнути з відповідача на його користь моральну шкоду в розмірі 10 000 грн. У справі № 234/18169/16-ц (рішення від 18 січня 2017 року Краматорського міського суду Донецької області) позивач просив суд визнати викладену інформацію недостовірною та такою, що принижує його честь та гідність, зобов'язати відповідачку видалити інформацію, спростувати її у такий самий спосіб як вона була поширена, стягнути з відповідача 50000 грн. моральної шкоди та стягнути судовий збір в сумі 1378 грн. Нарешті, у справі № 752/9560/16-ц (рішення від 17.10.2016 року Голосіївського суду м. Києва) позивач наголошував, що вчинені щодо нього дії не тільки порочать честь та гідність позивача, а й спричинили позивачу моральної шкоди, яка оцінюється в 25000,00 грн.

Відповідно, за результатами судового розгляду, за умови прийняття позитивного для позивача рішення, можливе: 1) зобов'язання відповідача спростувати неправдиву інформацію; 2) зобов'язання відповідача відшкодувати моральну шкоду, завдану позивачу поширенням неправдивої інформації; 3) зобов'язання відповідача відшкодувати матеріальну шкоду – у рідкісних випадках.

Передбачається, що якщо суд ухвалює рішення про право на відповідь або про спростування поширеної недостовірної інформації, то у судовому рішенні за необхідності суд може викласти текст спростування інформації або зазначити, що спростування має здійснюватися шляхом повідомлення про ухвалене у справі судове рішення, включаючи публікацію його тексту. Спростування має здійснюватися у такий самий спосіб, у який поширювалася недостовірна інформація. У разі, якщо спростування недостовірної інформації неможливо чи недоцільно здійснити у такий же спосіб, у який

вона була поширена, то воно повинно проводитись у спосіб, наблизений (адекватний) до способу поширення, з урахуванням максимальної ефективності спростування та за умови, що таке спростування охопить максимальну кількість осіб, що сприйняли попередньо поширену інформацію (пункти 24, 25 Постанови Пленуму ВСУ «Про судову практику у справах про захист гідності та честі фізичної особи, а також ділової репутації фізичної та юридичної особи»).

Крім того, при визначенні розміру моральної шкоди судам слід виходити із засад справедливості, добросовісності та розумності. При цьому визначений розмір грошового відшкодування має бути співмірний із заподіяною шкодою і не повинен призводити до припинення діяльності засобів масової інформації чи іншого обмеження свободи їх діяльності.

Отже, можна дійти висновку, що честь, гідність та ділова репутація, як і інші особисті немайнові блага, можуть бути захищені кількома способами, наприклад, шляхом самозахисту, судового розгляду, в адміністративному порядку, нотаріусом тощо. У позовах про захист честі, гідності та ділової репутації (про дифамацію) зазвичай пред'являється як мінімум дві позовні вимоги – про спростування неправдивих відомостей та про відшкодування моральної шкоди. При цьому, національна правозастосовна практика виходить з того, що інформація має бути 1) поширеною; 2) стосуватись конкретної фізичної чи юридичної особи; 3) недостовірною; 4) такою, що завдає шкоди відповідним особистим немайновим благам, або перешкоджає особі повно і своєчасно здійснювати своє особисте немайнове право.

Аналіз практики Європейського суду з прав людини дозволив нам виділити кілька стандартів розгляду позовів про дифамацію: 1) досягнення балансу між захистом репутації особи (стаття 8 Конвенції про захист прав людини та основоположних свобод) та свободою вираження поглядів (стаття 10 Конвенції); 2) ширші межі допустимої критики щодо осіб, діяльність яких має публічний характер; 3) відсутність обов'язку наводити факти на підтвердження оціночних суджень. Загалом, рекомендації щодо порядку

розгляду і вирішення спорів про дифамацію, закріплені в Постанові Пленуму ВСУ «Про судову практику у справах про захист гідності та честі фізичної особи, а також ділової репутації фізичної та юридичної особи» відповідають зазначеним стандартам.

2. ПРОБЛЕМИ ЗАХИСТУ ЧЕСТІ, ГІДНОСТІ, ДІЛОВОЇ РЕПУТАЦІЇ, ПОСЯГАННЯ НА ЯКІ ВІДБУЛОСЬ В СОЦІАЛЬНИХ МЕРЕЖАХ

Як вже зазначалось у попередніх розділах роботи, честь, гідність та ділова репутація підлягають захисту нарівні з іншими особистими немайновими благами. Приниження честі і гідності, а також шкода, завдані діловій репутації, зазвичай тягнуть за собою цивільно-правову відповідальність, яка проявляється у зобов'язанні вчинити певні дії (наприклад, спростувати відомості, які стосуються позивача і посягають на його честь, гідність, ділову репутацію) та у необхідності відшкодувати завдану моральну шкоду. Незважаючи багату та різноманітну практику судового захисту від дифамації (за відповідним пошуковим запитом у Єдиному реєстрі судових рішень на момент написання роботи міститься щонайменше 14500 рішень), у цій сфері окреслились певні проблеми, пов'язані, передусім, з активним розвитком інформаційних технологій. Інтернет-ЗМІ та соціальні мережі роблять поширення інформації практично миттєвим, а виявити особу, яка розмістила дифамаційну інформацію, буває доволі складно. Зупинимось на кількох проблемах, які виникають у зв'язку з посяганнями на честь, гідність, ділову репутацію особи у соціальних мережах та, через глобальний характер таких дифамацій, лежать в площині міжнародного приватного права.

2.1. Визначення належного відповідача.

Вбачається, що відповідачем у справі про захист гідності, честі чи ділової репутації є фізична або юридична особа, яка поширила недостовірну інформацію, а також автор цієї інформації (пункт 9 Постанови Пленуму ВСУ «Про судову практику у справах про захист гідності та честі фізичної особи, а також ділової репутації фізичної та юридичної особи»). Проте, існують

певні труднощі з ідентифікацією особи в соціальних мережах – доволі часто профіль користувача в соціальній мережі не містить жодної інформації крім імені/прізвища, містить неактуальні ім'я/прізвище або взагалі є практично анонімним. Суворість ідентифікації залежить від внутрішньої політики соціальної мережі. Зокрема, соціальна мережа Facebook просить своїх користувачів створювати акаунти з ім'ям, яким ті користуються у повсякденному житті. При цьому, імена користувачів не зазнають попередньої модерації, тому потенційно можливе створення профілю з будь-яким іменем. Перевірка справжності імені здійснюється соціальною мережею лише за скаргами інших користувачів. Для підтвердження імені достатньо надати скан-копію документа, який підтверджує особу. Після надходження скарги і до надання такого документу деякі функції соціальної мережі будуть для користувача недоступними [7].

Соціальна мережа Instagram взагалі не обмежує своїх користувачів у виборі імен – профіль може бути зареєстровано як на справжні ім'я та прізвище особи, так і на вигаданий псевдонім. Крім того, соціальна мережа заохочує використання додаткових символів – цифр, верхніх і нижніх підкреслювань, зірочок, лапок, амперсанду тощо. В Instagram також існує опція підтвердження акаунту, яка потребує надання модераторам мережі скан-копій посвідчення особи державного зразка, але така функція доступна лише публічним особам, знаменитостям та глобальним брендам [12].

Пункт 2.1 Користувацької угоди LinkedIn передбачає, що для використання Послуг: 1) користувач досяг «мінімального віку» (16 років, якщо не зазначено інше); 2) користувач має лише один обліковий запис LinkedIn, зареєстрований на справжні ім'я та прізвище; 3) на користувача не накладено ніяких обмежень на використання Послуг з боку LinkedIn.

Створення облікового запису з використанням завідомо неправдивої інформації (включаючи створення облікових записів, зареєстрованих на інших осіб і осіб молодше 16 років) є порушенням умов LinkedIn. Тим не менш, для користувача доступна опція приховання свого прізвища (останнє

відображатиметься у форматі «Перша літера прізвища.крапка» (наприклад, С.) [17].

Соціальна мережа Twitter не містить ніяких обмежень щодо імен користувачів (за виключенням кількості символів в імені). Користувач може створити акаунт під будь-яким ім'ям, не розголошуючи жодних даних, які дозволяють його ідентифікувати. У соціальній мережі також існує практика підтвердження імен, якщо профіль належить публічній особі чи бренду [23]. Подібні правила користування (прохання вказувати справжнє ім'я, відсутність попередньої модерації, можливість використовувати додаткові псевдоніми тощо) існували і в доволі популярних раніше в Україні соціальних мережах «Однокласники» та «Вконтакте». Як бачимо, за відсутності бажання особи, яка є користувачем соціальної мережі, ідентифікувати її буде доволі важко, що утруднить оформлення позовної заяви. Пунктом 12 Постанови Пленуму ВСУ «Про судову практику у справах про захист гідності та честі фізичної особи, а також ділової репутації фізичної та юридичної особи» передбачено, що якщо автор поширеної інформації невідомий або його особу та/чи місце проживання (місцезнаходження) неможливо встановити, а також коли інформація є анонімною і доступ до сайту - вільним, належним відповідачем є власник веб-сайту, на якому розміщено зазначений інформаційний матеріал, оскільки саме він створив технологічну можливість та умови для поширення недостовірної інформації. При цьому, дані про власника веб-сайту можуть бути витребувані відповідно до положень ЦПК в адміністратора системи реєстрації та обліку доменних назв та адреси українського сегмента мережі Інтернет. Доволі часто в ході судового розгляду позивачі не можуть навести достатніх доказів на підтвердження факту того, що профіль в соціальній мережі належить конкретній особі (відповідачу). Наприклад, у справі № 752/9560/16-ц (рішення від 17.10.2016 року Голосіївського суду м. Києва) було встановлено, що в соціальній мережі «Однокласники» потенційний відповідач здійснює переписку з особою, яку неможливо ідентифікувати як

позивача по справі. Крім того з вказаної інформації неможливо ідентифікувати і відповідача, оскільки дана сторінка зареєстрована за іншою особою. У справі № 235/7577/16-ц (рішення від 20 лютого 2017 року Красноармійського міськрайонного суду Донецької області) визначено, що оскільки позивачка не подала клопотання про витребування інформації від провайдера про належність певного профілю у соціальній мережі відповідачу, поширення зазначеної інформації щодо неї з боку відповідачки є припущенням, з приводу чого вона сама не заперечує, а факт розповсюдження 20.11.2016 року недостовірної інформації від відповідачки не знайшов свого підтвердження в судовому засіданні, то суд, у зв'язку з цим, приходить до висновку про відсутність підстав для задоволення позовних вимог в частині спростування недостовірної інформації, розповсюдженої в соціальній мережі «Однокласники».

Іншим моментом, який заслуговує на увагу, є можливість притягнення соціальної мережі як співвідповідача у справі про дифамацію. Зокрема, відповідно до пункту 12 Постанови Пленуму ВСУ «Про судову практику у справах про захист гідності та честі фізичної особи, а також ділової репутації фізичної та юридичної особи», належним відповідачем у разі поширення оспорюваної інформації в мережі Інтернет є автор відповідного інформаційного матеріалу та власник веб-сайта, особи яких позивач повинен установити та зазначити в позовній заяві (пункт 2 частини другої статті 119 ЦПК). Чи реально подібні вимоги пред'явити і до соціальних мереж, які виступають майданчиками для поширенні інформації?

Наприклад, у справі № 2-738/13 (рішення від 06 лютого 2013 року Ленінського районного суду міста Луганська) позивачка просила притягти до цивільної відповідальності не тільки користувача соціальної мережі, а і саму соціальну мережу. Позивачка очолювала Товариство з обмеженою відповідальністю «Адвокатська компанія «Лінія захисту», яке займалось наданням юридичних послуг. 23.03.2010 року в соціальній мережі «Однокласники» було створено групу з описом: «у цій групі будуть

обмінюватись досвідом люди, яких обманула АТ «Лінія Захисту», м. Луганськ, директор __ (ім'я позивача)». Адміністратора відповідної групи позивач просила притягти до відповідальності за поширення неправдивих відомостей про її професійну діяльність, яка принижувала її честь, гідність та шкодила діловій репутації. При цьому статус соціальної мережі як співвідповідача обґрунтовувався тим, що ТОВ «Однокласники» допустило розміщення на своєму сайті недостовірної, незаконної, неприпустимої інформації, хоча позивач і зверталася до нього з відповідними скаргами, проте відповідач 2 не заблокував вищезгадану групу на сайті. Позивачка просила суд зобов'язати Відповідача 1 (користувача соціальної мережі) спростувати інформацію викладену нею на сайті «Однокласники» у відповідній групі, а також через засоби масової інформації: місцеві офіційні друковані видання міста Луганська та Києва, зобов'язати Відповідача № 1 і № 2 закрити вищезгадану групу і заборонити їм у майбутньому створення подібних груп, стягнути з Відповідачів матеріальний збиток в сумі 1 грн. (одна гривня) 00 копійок та понесені позивачем судові витрати.

Відповідач ТОВ «Однокласники» до суду свого представника не направив, судове доручення, направлене компетентному суду Росії, повернуто без виконання з причин неявки представника ТОВ «Однокласники». Зрештою, в задоволенні позовних вимог позивачу було відмовлено через неналежне, на думку суду, оформлення доказів, але долучення соціальної мережі в якості співвідповідача не викликало з боку суду жодних заперечень.

Аналіз національної судової практики з питань дифамації доводить, що зазвичай позови про захист честі, гідності, ділової репутації пред'являються до користувачів соціальних мереж, а долучення співвідповідача – адміністрації соціальної мережі – залишається рідкісним явищем. Ймовірно, однією з причин цього є спеціальні застереження в користувацьких угодах, відповідно до яких соціальна мережа не несе відповідальності за контент, який поширюють її користувачі. Зокрема, соціальна мережа Twitter повністю

знімає з себе відповідальність за зміст будь-якого опублікованого контенту і залишає за собою право видалення контенту, який не відповідає користувацькій угоді [23]. Подібні правила містяться і в користувацькій угоді Facebook, при цьому соціальна мережа дає можливість скаржитись на дописи, які містять образливу інформацію [9].

До подібних висновків доходить і американська дослідниця Лаура Літл, яка зауважує, що, незважаючи на те, що саме суди США мають юрисдикцію розглядати більшість спорів про дифамацію в соціальних мережах, існують принаймні два нормативних акти, які перешкоджають успішному розгляду справ про захист честі, гідності та ділової репутації в США: 1) поправка № 1 до Конституції США про свободу висловлювань; 2) закон, який встановлює імунітет Інтернет-провайдерів або користувачів щодо інформації, «наданої іншим постачальником контенту» (Communications Decency Act, 47 U.S.C. § 230(c) [5].

Тим не менш, вважаємо, що такий імунітет не повинен мати абсолютного характеру. Нагадаємо, що Користувацькі угоди переважної більшості соціальних мереж передбачають право користувача соціальної мережі скаржитись на контент, який порушує правила соціальної мережі. На нашу думку, особа, яка зазнала дифамації в соціальній мережі, може поскаржитись на відповідний допис модераторам. У випадку, якщо цей допис після модерації не буде видалено, а користувача, який його розмістив – попереджено про порушення правил користування соціальною мережею, можливе залучення адміністрації соціальної мережі як співвідповідачів. У такому випадку спір набуває міжнародного приватноправового характеру, адже жодна з великих соціальних мереж, які зараз представлені в Україні, не є юридичною особою України.

2.2. Належне оформлення доказів у справі

Іншим важливим питанням, яке стоїть перед позивачами у справах про дифамацію, є проблема належного доказування, зокрема, оформлення доказів у справі. Докази за їх змістом можна поділити на дві групи: ті, які доводять

факт дифамації (факт поширення особою неправдивої інформації) та ті, які вказують на неправдивість такої інформації. Як зауважує Т.І. Лежух, на постраждалу особу покладається обов'язок доведення лише факту поширення недостовірних відомостей особою, до якої пред'явлено вимогу; в свого чергу, тягар доказування щодо правдивості поширеної інформації цілком лягає на відповідача [14].

Проте, доволі часто виникає проблема стосовно доведення самого факту поширення неправдивої інформації відповідачем. Наприклад, у справі № 464/1324/14-ц (рішення від 03.04.2014 року Сихівського районного суду м. Львова) було виявлено, що позивачем, всупереч вказаних вимог, не подано суду достатніх, належних та допустимих доказів, які б свідчили як про поширення зазначеної у позові інформації саме відповідачем, так і про поширення такої інформації взагалі. Пояснення представника позивача про те, що у відповідача є неприявні відносини до позивача, пов'язані із його діяльністю та саме після подачі позову вказана інформація була видалена із сторінки в соціальній мережі, що свідчить про те, що саме ним таку було розміщено, є лише припущенням, яке, за відсутності доказів, не може прийматись судом до уваги. У вже цитованій справі № 2-738/13 (рішення від 06 лютого 2013 року Ленінського районного суду міста Луганська) суд наголосив, що наявність одного лише посилання позивача на факти, зазначені в позовній заяві, та роздруківки сторінок з мережі Інтернету, які містяться в матеріалах справи, не можуть розглядатися судом, як належні докази, та не підтверджують факт розповсюдження саме відповідачами інформації, що принижує честь, гідність та ділову репутацію позивача. ... Роздруківка статті не містить всіх обов'язкових реквізитів, передбачених ГОСТом 6.10.4-84, а тому не може бути покладена в основу рішення.

Думку про неналежність доказів у вигляді роздруківки сторінок соціальної мережі висловлюють і науковці. Наприклад, О.В. Пушкіна та І.М. Грищенко вважають, що найбільш прийнятним способом доведення юридичного факту порушення чийх-небудь прав у мережі Інтернет є

завірення у нотаріуса роздруківок Інтернет-сторінок [20]. Тим не менш, є можливою відмова з боку нотаріусів вчиняти відповідні дії, адже посвідчення таких роздруківок не входить до переліку нотаріальних дій. Зокрема, вбачається, що такі документи не мають юридичного значення, а тому не відповідають мінімальним вимогам для засвідчення вірності копій документів та виписок з них. Т.І.Лежух зауважує, що засоби доказування, передбачені нинішнім ЦПК України, не дають сторонам повною мірою реалізувати свій обов'язок доказування всіх обставин, на котрі вони посилаються як на підставу своїх вимог і заперечень, і пропонує також: 1) на підставі ст. 133 ЦПК України і витребовувати в інтернет-провайдерів log-файли, які зберігаються на електронних носіях – серверах; 2) на підставі ЗУ «Про судову експертизу» проводити комп'ютерно-технічну експертизу [13].

Вбачається, що існують і інші можливі способи доказів наявності дифамаційних дописів в соціальних мережах. Наприклад, таким може стати пошук в кеші Google чи іншої пошукової системи, де зберігаються навіть видалені дописи, в залі судового засідання. Крім того, більш складним, але більш надійним способом видається запит до адміністрації відповідної соціальної мережі за допомогою надсилання доручень судам інших держав.

2.3.Визначення застосовного правопорядку

Найбільш складною проблемою при захисті честі, гідності та ділової репутації, на які відбулось посягання в соціальних мережах, є визначення застосовного правопорядку. На цю проблему вказують і зарубіжні дослідники, зокрема Алекс Міллс наголошує, що у разі подання транскордонної скарги про дифамацію у соціальних мережах можуть виникнути два різні, але пов'язані між собою питання у контексті міжнародного приватного права. Перше: який суд може заслухати позов. Друге: який правопорядок буде застосовувати суд [6].

Наприклад, у законодавстві та правозастосовній практиці Європейського Союзу існують два підходи щодо визначення застосовного правопорядку у справах про дифамацію в інтернеті: а) відповідно до статті

7(2) Регламенту ЄС № 1215/2012 від 12 грудня 2012 року «Про юрисдикцію та визнання та виконання рішень у цивільних та комерційних справах», застосовним є той правопорядок, де відбулось завдання шкоди [8]; б) у справі eDate and Martinez Суд ЄС визначив, що у справах про онлайн-дифамацію може бути також застосовним правопорядок центру життєвих інтересів позивача [2].

Національне законодавство також пропонує два підходи, які не суперечать одне одному. Зокрема, відповідно до статті 22 ЗУ «Про міжнародне приватне право», до особистих немайнових прав застосовується право держави, у якій *мала місце дія чи інша обставина, що стала підставою для вимоги про захист таких прав*, якщо інше не передбачено законом. Подібне положення закріплене і у статті 49 названого закону: права та обов'язки за зобов'язаннями, що виникають внаслідок завдання шкоди, визначаються *правом держави, у якій мала місце дія або інша обставина, що стала підставою для вимоги про відшкодування шкоди*.

Відтак, якщо вважати дією чи іншою обставиною, яка стає підставою для відповідного позову, поширення інформації дифамаційного характеру через Інтернет, то виникає питання: де саме знаходиться місце поширення інформації?

Національна правозастосовна практика займає діаметрально протилежні позиції з цього приводу. Зокрема, у справі № № 756/14570/15-ц (рішення від 16 листопада 2015 року Оболонського районного суду м. Києва) позивач наголошував, що 28 квітня 2015 року відповідач розповсюдив про позивача недостовірну інформацію, шляхом розсилки діловим партнерам позивача зі своєї електронної поштової адреси листів, які містять недостовірну інформацію про позивача, принижують його честь, гідність та ділову репутацію. Позивач просив визнати недостовірною інформацію поширену через мережу Інтернет, зобов'язати відповідача спростувати недостовірну інформацію про позивача, опублікувати спростування повідомлення, публічно принести вибачення перед позивачем, та стягнути

моральну шкоду в розмірі 1 грн. На обґрунтування своєї позиції позивач звертався до статті 76 ЗУ «Про міжнародне приватне право», відповідно до якої суди можуть приймати до свого провадження і розглядати будь-які справи з іноземним елементом у справах про відшкодування шкоди, якщо її було завдано на території України. Суд зауважив, що предметом вказаного позову є захист честі, гідності та ділової репутації позивача. Вимога про відшкодування моральної шкоди у розмірі 1 грн., заподіяної поширенням через мережу Інтернет недостовірної інформації, є похідною від вищенаведених вимог та є вимогою немайнового характеру. Далі суд наголосив, що у нього відсутні підстави для висновку, що місцем заподіяння моральної шкоди є територія України, зокрема, місце проживання позивача.

На противагу цьому, у справі № 758/2393/16-ц (рішення від 13 червня 2017 року Подільського районного суду міста Києва) йшлося про інтерв'ю одного з народних депутатів ВРУ журналістові Телерадіокомпанії «Deutsche Welle», у ході якого депутат звинуватив Голову МВС у незаконному прослуховуванні. Депутат та журналіст «Deutsche Welle», притягнуті як співвідповідачі, посилались на те, що, по-перше, поширення інформації відбулося за межами України; по-друге, телерадіокомпанія «Deutsche Welle» є юридичною особою, зареєстрованою у Федеративній Республіці Німеччина. Відповідно, на їх думку, справа не підсудна судам України, до спірних правовідносин не може бути застосовано матеріальне право України. Суд, у свою чергу, послався на пункт 7 частини 1 статті 76 ЗУ «Про міжнародне приватне право» і зауважив, що у даній ситуації подією (дією), що стала підставою для звернення до суду із позовними вимогами стало поширення тверджень відповідача, що містять недостовірну інформацію. Крім того, суд підкреслив, що в рамках сайту «Deutsche Welle» існують окремі підрозділи, які ведуться окремою національною редакцією телерадіокомпанії. Інформаційні продукти розміщені на кожному підсайті є різними за формою, наповненням і змістом і розраховані на користувачів відповідної держави. Поширення інформації на кожному підсайті при цьому здійснюється мовою

відповідної держави. Про поширення спірної інформації позивачі та українські користувачі Інтернет на дізналися території України. Таким чином, дія або подія, що стала підставою для подання позову, а саме: поширення спірної інформації, мала місце на території України.

На нашу думку, більш обґрунтованою є друга позиція. Відтак, у випадку, якщо у соціальній мережі було поширено інформацію дифамаційного характеру про особу, яка проживає на території України/ мовою, яка є доступною та зрозумілою для переважної частини населення України/ у групах чи на сторінках, підписниками яких є переважно мешканці України, можна дійти висновку, що подія, яка є підставою для відповідного позову, відбулась на території України. У такому випадку відповідна справа є підсудною судам України і, незважаючи на можливе притягнення як співвідповідача адміністрації соціальної мережі, зареєстрованої закордоном, застосовним є матеріальне право України.

ВИСНОВКИ

Отже, у результаті проведеного дослідження ми дійшли висновку, що честь, гідність та ділова репутація є особистими немайновими благами, які підлягають захисту в порядку цивільного та у деяких випадках господарського судочинства. Честью іменують думку оточуючих про персональні якості характеру певної особи: гідністю – її відчуття власної цінності як окремої людської істоти; діловою репутацією – думку про професійні якості фізичної чи юридичної особи. Злісне посягання на честь, гідність та ділову репутацію, яке виражається в поширенні завідомо неправдивих відомостей, іменують дифамацією. Для того, щоб суд констатував факт дифамації, потрібно встановити: факт поширення інформації, її стосунок до конкретної фізичної чи юридичної особи, недостовірність інформації та шкоду, яку вона завдає честі, гідності, діловій репутації особи. ЄСПЛ має широку практику щодо дифамації, що дозволяє сформулювати кілька принципів з цього приводу: 1) необхідність досягнення балансу між захистом репутації особи та свободою вираження поглядів;

2) існування ширших меж допустимої критики щодо осіб, діяльність яких має публічний характер; 3) відсутність обов'язку наводити факти на підтвердження оціночних суджень

У випадку, якщо поширення відомостей, які мають дифамаційний характер, відбулось у соціальній мережі, виникає кілька проблем, що лежать у площині міжнародного приватного права. По-перше, можуть виникнути проблеми з визначенням належного відповідача у справі. Деякі соціальні мережі не вимагають від своїх користувачів вказувати дані про себе (наприклад, справжні прізвище та ім'я, місце проживання чи роботи тощо), інші ж, хоч формально і просять послуговуватись справжніми іменами, не модерують відповідні профілі. Зазвичай у соціальних мережах є можливість підтвердити акаунт, але вона може бути доступною лише для знаменитостей, публічних осіб та глобальних брендів. Тому, яка показує практика, довести, що конкретний профіль в соціальній мережі належить відповідачу буває доволі складно. Крім того, вбачається, що у деяких випадках адміністрація соціальної мережі може бути притягнута як співвідповідач – у разі, якщо вона ігнорувала скарги позивача на образливий контент і не видаляла його.

По-друге, існує ціла низка проблем із оформленням належним чином доказів дифамації. Судова практика у цій сфері є різноманітною: від прийняття в якості доказу роздруківок дописів у соціальних мережах до визнання таких доказів неналежними. Вважаємо, що існує кілька способів підтвердити факт поширення відомостей, які принижують честь, гідність та ділову репутацію: витребування в інтернет-провайдера log-файлів; проведення комп'ютерно-технічної експертизи; пошук в кеші Google чи іншої пошукової системи; запит до адміністрації відповідної соціальної мережі за допомогою надсилання доручень судам інших держав.

По-третє, визначення застосовного правопорядку. Вважаємо, що на підставі статей 22, 49, 76 ЗУ «Про міжнародне приватне право», позови про дифамацію в соціальних мережах мають розглядатись в судах України із застосуванням норм вітчизняного матеріального права у таких випадках:

інформація стосується громадянина України чи особи, яка проживає/працює в Україні; інформацію поширено у групах чи на сторінках, підписниками/членами яких є переважно мешканці України; інформацію викладено однією з мов, доступних до розуміння населенню України.

З огляду на те, що зазначені проблеми лежать переважно в площині правозастосування, а також враховуючи, що, відповідно до статті 36 ЗУ «Про судоустрій та статус суддів» до повноважень Верховного суду належить забезпечення однакового застосування норм права судами різних спеціалізацій, а також аналіз судової статистики, узагальнення судової практики, пропонуємо ухвалити відповідне роз'яснення Верховного суду, яке б включало в себе зазначені положення.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Cariolou Leto, Spielmann Dean (2011). The Right to Reputation under the European Convention on Human Rights / ResearchGate URL: https://www.researchgate.net/publication/311310149_The_Right_to_Reputation_under_the_European_Convention_on_Human_Rights (дата звернення 19.12.2018)
2. eDate Advertising GmbH and Others v X and Société MGN LIMITED. Judgment of the Court (Grand Chamber) of 25 October 2011 (Joined Cases C-509/09 and C-161/10) / InfoCuria - Case-law of the Court of Justice. URL: <http://curia.europa.eu/juris/liste.jsf?&num=C-509/09> (дата звернення 22.12.2018 року)
3. Ehrhardt Charles W. (1986) Reputation and Character in Defamation Actions. *Washington University Law Review*. Volume 64. Issue 3 - Time, Property Rights, and the Common Law. 867-902 pp. URL: http://openscholarship.wustl.edu/law_lawreview/vol64/iss3/9 (дата звернення 19.12.2018)
4. Lakerbaia Tamar (2016). Where is the Boundary between Freedom of Expression and a Person's Honor, Dignity and Business Reputation - Some Examples from the Georgian Court Practice. *Journal of Social Sciences*; Volume 5,

Issue 1, 25-29 pp. URL: <http://oaji.net/articles/2016/2903-1476176158.pdf> (дата звернення 19.12.2018)

5. Little Laura E. (2012) Internet Defamation, Freedom of Expression, and the Lessons of Private International Law for the United States. *European Yearbook of Private International Law*, Vol. 14. URL: <http://ssrn.com/abstract=2187449> (дата звернення 22.12.2018 року)

6. Mills Alex (2015) The Law Applicable to Cross-Border Defamation on Social Media: Whose law governs free speech in 'Facebookistan'? *Journal of Media Law*, Vol. 7, 1-35 pp.

7. Names on Facebook / Facebook Help Center. URL: https://www.facebook.com/help/android-app/1090831264320592?helpref=hc_global_nav&locale=en_US (дата звернення 20.12.2018 року)

8. Regulation (EU) No 1215/2012 of the European Parliament and of the Council of 12 December 2012 on jurisdiction and the recognition and enforcement of judgments in civil and commercial matters. URL: <https://eur-lex.europa.eu/LexUriServ/LexUriServ.do?uri=OJ:L:2012:351:0001:0032:En:PDF> (дата звернення 22.12.2018 року)

9. Reporting Abuse / Facebook. URL: https://www.facebook.com/help/1753719584844061?helpref=hc_global_nav (дата звернення 20.12.2018 року)

10. Shatiryan Edgar. The Issue of Improvement of Some Structures of Legal Protection of Individual's Honor, Dignity and Business Reputation in The Republic of Armenia / Yerevan State University. URL: http://www.ysu.am/files/Edga_%20Shatiryan.pdf (дата звернення 19.12.2018)

11. What is defamation? / Black's Law Dictionary. URL: <https://thelawdictionary.org/defamation/> (дата звернення 19.12.2018)

12. Значки підтвердження / Справочный центр Instagram. URL: [https://help.instagram.com/854227311295302/?helpref=hc_fnav&bc\[0\]=368390626577968&bc\[1\]=1757120787856285](https://help.instagram.com/854227311295302/?helpref=hc_fnav&bc[0]=368390626577968&bc[1]=1757120787856285) (дата звернення 20.12.2018 року)

13. Лежух Т. Застосування електронних доказів у справах про захист честі, гідності та ділової репутації. *Віче*. 2013. № 16. С. 13-15.
14. Лежух Т. І. Особливості доказування при розгляді справ, що виникають при захисті честі, гідності та ділової репутації. *Науковий вісник Ужгородського національного університету. Сер.: : Право*. 2014. Вип. 25. С. 65-68.
15. Нуркаева Т., Щербаков С. Уголовно правовая охрана чести и достоинства. *Российская юстиция*. 2002. № 2, С. 51
16. Осадько О. О. Ділова репутація, честь та гідність працівника як об'єкти захисту в трудовому праві : автореф. дис. ... канд. юрид. наук : 12.00.05 / О. О. Осадько ; кер. роботи М. І. Іншин ; Нац. юрид. ун-т ім. Ярослава Мудрого. – Харків, 2017. – 19 с.
17. Пользовательское соглашение LinkedIn / LinkedIn. URL: <https://www.linkedin.com/legal/user-agreement> (дата звернення 20.12.2018 року)
18. Попов Ю. В., Федонюк К. Р. Захист честі, гідності, ділової репутації фізичної особи. *Юридична наука*. 2012. № 2. С. 27-31.
19. Протопопова Я. С. Честь, гідність та ділова репутація як об'єкти правового захисту. *Прикарпатський юридичний вісник*. 2017. Вип. 1. С. 110-115.
20. Пушкіна О. В., Грищенко І.М. Порушення права на повагу до честі, гідності та ділової репутації фізичної особи в мережі Інтернет. *Вісник Дніпропетровського університету імені Альфреда Нобеля. Сер. : Юридичні науки*. 2013. № 1. С. 51-56.
21. Саприкіна І. В. Поняття захисту честі, гідності, ділової репутації у сучасному цивільному праві. *Університетські наукові записки*. 2005. № 3. С. 137-142.
22. Саприкіна І.В. Захист честі, гідності, ділової репутації фізичної особи за законодавством України : автореф. дис. ... канд. юрид. наук :

12.00.03 / І.В.Саприкіна ; кер. роботи Н.С. Кузнецова ; Київський нац. ун-т ім. Тараса Шевченка. – Київ, 2006. – 19 с

23. Условия предоставления сервисов Твиттера / Twitter. URL: <https://twitter.com/ru/tos> (дата звернення 20.12.2018 року)

24. Эрделевский А. Компенсация морального вреда: анализ и комментарий законодательства и судебной практики. М.: БЕК, 2000. 384 с.

25. Эрделевский А. М. Диффамация. *Законность*. 1998. № 12. С. 11-15