

Кравчук М. Ю.
*д.ю.н., професор, завідувач кафедри
адміністративного права та судочинства,
Західноукраїнський національний університет*

ПРАВОВЕ РЕГУЛЮВАННЯ БЛОГЕРСЬКОЇ ДІЯЛЬНОСТІ: ПРОБЛЕМИ ТА ПЕРСПЕКТИВИ

Перші блоги з'явилися ще в 1992 році. В Україні блогерство зовсім недавно почали розглядати як серйозну діяльність. Проте, у 2020 році весь світ був спантеличений пандемією COVID-19. У зв'язку з карантинними обмеженнями люди не мали змоги отримувати нові знання, була нехватка спілкування, а в когось можливо і брак коштів. Вже тоді найбільше розпочався розвиток блогів в мережі Instagram, YouTube та інші [1]. Згодом професія блогера стала доволі престижною та прибутковою.

Згідно зі статтею 34 Конституції України кожному гарантується право на свободу думки і слова, на вільне вираження своїх поглядів і переконань. Кожен має право вільно збирати, зберігати, використовувати і поширювати інформацію усно, письмово або в інший спосіб – на свій вибір [2]. Також варто згадати про те, що частина 1 статті 5 Закону України «Про інформацію» закріплює, що «кожен має право на інформацію, що передбачає можливість вільного одержання, використання, поширення, зберігання та захисту інформації, необхідної для реалізації своїх прав, свобод і законних інтересів» [3]. Тому, якщо дивитись в загальному, то блогери мають усі права для надання інформації.

Разом із тим, блогерство не слід ототожнювати із журналістикою, адже, виконуючи свою діяльність, блогери реалізують свої права на інформацію. Кожен блогер вважає свою діяльність професією. Тому варто вказати на певні особливості блогерської діяльності.

Блогерство має як позитивні, так і негативні ознаки. До перших відносять: віддалена робота, тобто те, що можна працювати з будь-якого місця; відсутність обмежень за віком, статтю, освітою, родом діяльності; не потребує істотних матеріальних вкладень; високий рівень потенційного доходу; можливість стати відомим і чинити вплив на інших; постійний саморозвиток.

До негативних ознак блогерства відносять: нестабільність заробітку (кошти блогер отримує зазвичай із реклами, але бувають місяці, коли реклами мало або взагалі немає); ненормований робочий день (блогери працюють 24/7, часто без вихідних); постійна робота в пошуках нового контенту, що може призвести до професійного вигорання; відсутність кар'єрного росту; гейтерство, або психологічний тиск (несхвальні коментарі користувачів можуть негативно позначитися на психічному та ментальному здоров'ї) [4].

Через відсутність нормативної бази та належного контролю за блогерською діяльністю державний бюджет втрачає значну частину податкових надходжень з даної діяльності. З початком російського вторгнення в Україну багато людей змінили свою діяльність, особливо митці та блогери з великою аудиторією, які тепер спрямовують свої зусилля на допомогу армії та постраждалим від війни. Так, мабуть, і після перемоги України варто

врегулювати дане питання на законодавчому рівні.

Ще одним важливим аспектом ведення блогу є те, що блогери, як правило, є суб'єктами підприємницької діяльності. Тому варто згадати про податкові відносини. Вони не тільки реалізують свободу вираження своїх поглядів, а й надають інформацію і рекламують продукт, саме тому їм необхідно зареєструватися як суб'єкт господарювання [1].

У листопаді 2021 року було подано петицію про оподаткування блогерів, в якій автор просить зобов'язати всіх інфлюенсерів сплачувати податки за дохід від реклами та монетизації контенту. Його прохання також полягало у створенні нормативно-правової бази та органу державної влади або дорученні державній податковій службі і органам фінансового моніторингу здійснювати перевірку і контроль всіх блогерів.

У США, наприклад, податкові платежі блогерів контролюються за допомогою щорічних податкових декларацій. Всі працюючі громадяни зобов'язані подавати цю форму державним регуляторам і повідомляти навіть про найменші доходи, в тому числі, й від ведення блогу. Професійні блогери оподатковуються як підприємці і сплачують податок на рекламу та подарунки від спонсорів. Схожа система діє і в Норвегії. З огляду на вище зазначене, неможливо змусити блогерів сплачувати податок без запровадження загального обов'язку подавати податкову декларацію. Тому правова реформа має передбачати створення відповідного механізму оподаткування.

Підсумовуючи, варто зазначити, що чинне законодавство України не регулює ведення та особливості оподаткування блогерської діяльності, що призводить до ухилення від сплати податків та неналежного укладання відповідних документів за рекламними договорами. Для виправлення цієї ситуації достатньо зробити наступні два кроки. Перший – запровадження спеціальної податкової ставки для блогерів та обов'язкова державна реєстрація як суб'єкта підприємницької діяльності. Другий – запровадження солідарної відповідальності між блогерами та популярними соціальними мережами (Instagram, Facebook) за сплату податків і зборів. Такий вид відповідальності зробить соціальну мережу податковим агентом, якщо вона відмовиться надавати інформацію про бізнес-діяльність блогера податковій або іншим органам влади. А для блогерів це означає – працювати в рамках правового поля і обов'язок здійснювати платежі до державного бюджету України.

ЛІТЕРАТУРА:

1. Перчишин М. В. Поліаспектність блогерської діяльності як феномену інформаційного суспільства. URL: [The multifaceted nature of blogging as a phenomenon of the information society.](#)

2. Конституція України: Закон від 28.06.1996. № 254к/96-ВР. URL: <http://zakon5.rada.gov.ua>

3. Про інформацію: Закон України від 02.10.1992 року № 2657-XII. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2657-12/conv#n42>

4. Національний класифікатор видів економічної діяльності України URL: <https://zakon.rada.gov.ua/rada/show/vb457609-10#Text>