

ЩЕРБАК Геннадій <https://orcid.org/0000-0002-8569-9812>

магістр, аспірант кафедри міжнародного,
цивільного та комерційного права
Державного торговельно-економічного
університету
вул. Кіото, 19, м. Київ, 02156, Україна
H.Shcherbak@knute.edu.ua

SHCHERBAK Hennadii <https://orcid.org/0000-0002-8569-9812>

Full Higher Education, Postgraduate Student
at the Department of International, Civil
and Commercial Law
State University of Trade and Economics
19, Kyoto St., Kyiv, 02156, Ukraine
H.Shcherbak@knute.edu.ua

**РЕГУЛЮВАННЯ
ОНЛАЙН-ПЛАТФОРМ
У ПРАВІ США**

Присвячено дослідженню особливостей американського підходу до регулювання онлайн-платформ, який заснований на ліберальній моделі мінімального державного втручання. Актуальність теми зумовлена стрімким зростанням значення онлайн-платформ у соціально-економічному житті та появою численних викликів, пов'язаних із приватністю даних, монополізацією ринку та дезінформацією. Гіпотеза дослідження полягає в тому, що ліберальний підхід США до регулювання платформ перебуває у стані трансформації, що виражається у зростанні кількості законів на рівні штатів і втручанні федеральних органів, таких як Федеральна торгова комісія. Використано методи аналізу нормативно-правових актів, телеологічного аналізу регуляторних документів та доктринальних публікацій. Основні результати свідчать, що американська модель намагається зберегти баланс між захистом приватного інтересу, спрямованого на свободу підприємництва, і публічним інтересом, що вимагає більшого захисту користувачів та запобігання зловживанням. Відсутність єдиного федерального закону та уніфікації між штатами створює труднощі для онлайн-платформ у дотриманні законодавства, водночас закони штатів можуть стимулювати федеральний уряд до прийняття уніфікованого акта. Дослідження підкреслює необхідність адаптації американського підходу до сучасних реалій через інтеграцію найкращих практик європейського та китайського досвіду.

Ключові слова: онлайн-платформи, саморегулювання господарської діяльності, конкурентне право, захист прав користувачів.

JEL Classification: K20, K24, L86.

Вступ

Онлайн-платформи стали невіддільною частиною сучасного суспільно-економічного життя, забезпечуючи швидкий доступ до інформації, комунікації, торгівлі та послуг. Вони сприяють розвитку

**REGULATION OF ONLINE
PLATFORMS
IN THE US LAW**

The article is devoted to the study of the peculiarities of the American approach to regulating online platforms, which is based on a liberal model of minimal state intervention. The relevance of the topic is determined by the rapid growth of the online platforms' importance in socio-economic life and the emergence of numerous challenges related to data privacy, market monopolization, and misinformation. The study hypothesis is that the U.S. liberal approach to platform regulation is undergoing a transformation, which is expressed in the increasing number of state-level laws and federal agency intervention, such as the Federal Trade Commission. Methods of analysis of regulatory legal acts, teleological analysis of regulatory documents, and doctrinal publications were used. The key findings indicate that the U.S. model is striving to maintain a balance between protecting private interest aimed at entrepreneurial freedom and the public interest, which requires greater user protection and preventing abuses. The absence of a unified federal law and the lack of standardization between states creates difficulties for online platforms in complying with legislation, while state laws may encourage the federal government to adopt a unified act. The study emphasizes the necessity of adapting the U.S. approach to modern realities by integrating the best practices from European and Chinese experiences.

Keywords: online platforms, self-regulation of economic activity, competition law, protection of user rights.



Copyright © 2025, Автор (и). Це стаття відкритого доступу, яка розповсюджується на умовах ліцензії [Creative Commons Attribution License 4.0 \(CC-BY\)](https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/) Міжнародна ліцензія

цифрової економіки, створюючи нові бізнес-моделі, робочі місця та можливості для підприємництва. Платформи також впливають на формування громадської думки, політичні процеси та соціальну взаємодію, що робить їх важливими інструментами у глобалізованому світі. Однак їхня значущість супроводжується викликами, такими як захист приватності, боротьба з дезінформацією та забезпечення рівності доступу, через що виникає питання щодо їх регулювання.

Основою визначення підходів до регулювання онлайн-платформ є коливання між приматом публічного інтересу та приматом приватного інтересу. Публічний інтерес може містити такі пункти, як національна безпека, громадський порядок, захист прав громадян, забезпечення існування наявного політико-правового режиму, економічна стабільність і конкуренція, соціальна справедливість, тоді як приватний інтерес може охоплювати такі поняття, як свобода слова, свобода підприємницької діяльності, саморегулювання, просування інновацій тощо. Очевидні тенденції до все більшого втручання держави у функціонування цифрових ринків та цифрових платформ стали предметом дослідження багатьох учених (*Bradford, 2023, 2024; Gorwa, 2024*), які приходять до погодженої позиції, що у світі формується три підходи до регулювання цифрових ринків та онлайн-платформ: ліберальний, орієнтований на розвиток технологій та інновацій за мінімального державного втручання (наприклад США), орієнтований на захист фундаментальних прав в інтернет-просторі (ЄС) та орієнтований на підтримку внутрішньої політики держави (КНР). При цьому в останніх двох випадках регулювання платформ стає все більш деталізованим, комплексним і складним для впровадження цільовими компаніями.

Марк Цукерберг, власник та виконавчий директор корпорації *Meta*, 7 січня 2025 р. виклав відеозвернення на своїй сторінці у *Facebook*, в якому зазначив, що компанія збирається переглянути політику модерації у власних соціальних мережах (*Facebook, Instagram, Threads*), зменшивши цензурування, та відмовитися від "фактчекерів", які були залучені корпорацією у 2016 р., і замінити їх на "нотатки від спільноти", що застосовуються, наприклад, в соцмережі *X*. Цукерберг пояснив це рішення тим, що "фактчекери стали занадто політично упередженими та руйнували довіру більше, ніж її створювали" (*Booth, 2025*). Заміна незалежних "фактчекерів" на "нотатки від спільноти" може бути корисною для створення більш прозорої системи перевірки інформації, а також зменшити звинувачення у цензурі з боку консервативних чи інших груп, які раніше критикували *Meta*. Проте спільнота не завжди здатна ефективно протидіяти фейковим новинам через брак експертності, що може призвести до зниження якості інформаційного середовища, посилює ризик використання платформ для політичної пропаганди та поляризації суспільства. Таку ситуацію можна назвати проявом принципу саморегулювання, що є одним із характерних аспектів американського підходу до регулювання онлайн-платформ.

Вищезгаданий американський підхід, який виник першим, став ґрунтуватися на невтручанні держави в діяльність онлайн-платформ, щоб не заважати прискоренню інновацій у цифровій сфері, а тому його коливання зрушено в бік приватного інтересу. Фактично китайський та європейський підходи стали зворотною реакцією та відповіддю на американський підхід та його фокус на мінімальному втручанні. Так, європейський підхід переважно був сфокусований на захисті фундаментальних прав користувачів онлайн-платформ, а тому при ньому відбувається балансування між вимушеним державним контролем і регулюванням задля забезпечення фундаментальних прав та приватними інтересами онлайн-платформ, а китайський підхід, своєю чергою, розглядає регулювання онлайн-платформ як один з інструментів контролю держави за громадянами та забезпечення існування правлячого політично-правового режиму, а тому в цьому випадку коливання сильно зрушено в напрямі публічного або державного інтересу.

Причинами ранньої успішності американського підходу можна вважати стрімкий розвиток цифрових технологій та інновацій, оскільки це було достатнім для американської влади аргументом, що мінімальна роль держави у регулюванні онлайн-платформ є правильним варіантом; з розповсюдженням доступу до інтернету по всьому світу американські онлайн-платформи були ефективним способом поширення американських цінностей в інші країни світу. Однак протягом часу стали очевидними як недоліки цього підходу до регулювання, так і відмінність у пріоритетах регулювання (в ЄС – пріоритет захисту прав людини, у КНР – пріоритет забезпечення існування правлячого режиму), що, зокрема, і спричинило виникнення європейського та китайського підходів. Такий підхід призвів до того, що без втручання держави, за відсутності федеральних законів про захист даних користувачів, а також бездіяльності з боку антимонопольних органів власники онлайн-платформ отримали значну владу над своїми користувачами та їхніми особистими даними, що створювало передумови для вчинення онлайн-платформами різноманітних зловживань (*Bradford, 2024*).

Проте в останні роки американська федеральна влада почала робити перші кроки з внесення змін до цього підходу, а на рівні штатів приймаються перші закони, що врегульовують певні аспекти діяльності онлайн-платформ.

Дослідницький інтерес до регулювання онлайн-платформ, підкріплений доктринальним аналізом, привів до формулювання гіпотези цього дослідження, що полягала в тому, що регулювання онлайн-платформ у США, яке базується на ліберальному підході, переживає кризу та вимагає змін та вдосконалення, що виражається у діях американської федеральної влади стосовно онлайн-платформ після 2016 р. та законотворчій діяльності влад американських штатів з 2018 р.

З огляду на сформульовану гіпотезу, метою цього дослідження є з'ясування особливостей ліберального підходу регулювання онлайн-платформ у США та намагань американської влади з його вдосконалення.

Для цього проаналізовано нормативно-правові акти США, наукові праці та публіцистичні джерела за тематикою дослідження, а також застосовано телеологічний метод до текстів регуляторних актів.

Структурно дослідження побудовано так: у першій частині розглянуто сутність основних федеральних законів США, що стосуються регулювання онлайн-платформ, до 2016 р., у другій – розкрито сутність зміни ставлення федеральної влади США до питання регулювання онлайн-платформ після 2016 р., у третій – висвітлено ситуацію з регулювання діяльності онлайн-платформ на рівні штатів.

1. Регулювання онлайн-платформ на федеральному рівні до 2016 р.

Хоча Сполучені Штати і є одним з найперших та найбільших осередків онлайн-платформ у світі, держава майже не намагається їх контролювати. З моменту масового розповсюдження інтернету та створення перших онлайн-платформ на території США майже зразу сформувалася ідея того, що інтернет-простір має бути вільним від впливу реального світу, що виражалася в недопущенні того, що держава може регулювати та контролювати інтернет-спільноти. Навпаки, вони мають бути саморегульованими. Ці ідеї просувалися візіонерами та, відповідно, творцями перших онлайн-платформ, а згодом вони знайшли відгук і серед представників американської влади як в Конгресі, так і в тодішній адміністрації президента Клінтона (*Bradford, 2023*). Отже, процес створення законодавчої бази для регулювання онлайн-платформ був повністю загальмований. Як зазначила виконавча директорка *Silicon Flatirons Center* Емі Степановіч, "історично в США є купа розрізнених федеральних законів ... [вони] або направлені на конкретні типи даних, як-от кредитні дані чи інформацію про здоров'я, або направлені на конкретні групи населення, як-от на дітей, і регулюють ці сфери" (*Klosowski, 2021*).

Американська законодавча база щодо захисту даних на федеральному рівні охоплює такі закони (*Boone, 2018*):

Акт про приватність 1974 р.

Акт стосується виключно діяльності федеральних агенцій зі збору та обробки персональних даних громадян. Документ гарантує право на отримання копії даних, які обробляються, право вимагати внесення змін у разі неточності даних. Акт забороняє розкриття даних без письмової згоди особи, а також невинуватне втручання в особисте життя (*Privacy Act of 1974, 5 U.S.C. § 552a, 1974*).

Акт про мобільність та підзвітність медичного страхування 1996 р.

Цей акт регулює діяльність зі збору та обробки персональних медичних даних надавачам медичних послуг. Акт так само гарантує право користувача отримати копію своїх даних та право на виправлення

неточності в персональних медичних даних, а також забороняє розкривати їх без наданої письмової згоди (*Health Insurance Portability and Accountability Act of 1996*, 1996).

Акт про фінансову модернізацію, або Акт Гремма – Ліча – Блайлі 1998 р.

Цей документ стосується діяльності фінансових установ зі збору та обробки персональних даних. Акт зобов'язує фінансові установи створювати політики щодо захисту даних користувачів, пояснювати, як відбувається обробка персональних даних, та забороняє передавати дані третім особам без згоди осіб, яким належать ці дані (*Financial Services Modernization Act of 1999*, 1999).

Акт про захист конфіденційності дітей онлайн 2000 р.

Документ регулює збір та обробку персональних даних дітей віком до 13 років, що можуть здійснюватися будь-якою приватною компанією або вебсайтом. Акт зобов'язує їх отримати дозвіл батьків або опікунів на обробку персональних даних дітей. Окрім того, батьки або опікуни дітей мають право на доступ до оброблюваних даних та їх перевірку, видалення даних та заборону компанії надалі збирати персональні дані дітей (*Children's Online Privacy Protection Act of 1998 (COPPA)*, 1998).

Розділ 230 Акта про комунікації

На початку 1990-х років ряд онлайн-платформ почав створювати перші правила модерації контенту задля формування середовища, яке було б безпечним для сімейного перегляду. З цією метою адміністрації платформ видаляли незаконний або вульгарний контент (наприклад порнографічні матеріали). Але цим вони наразили себе на небезпеку: в низці судових позовів американські суди прирівняли діяльність адміністрацій цих платформ до кураторської відповідальності, яку виявляють видавці чи дистриб'ютори, що фактично дозволяло притягати платформи до відповідальності за контент, створений користувачами.

У 1996 р. до Акта про комунікації Конгресом було внесено правки, об'єднані під заголовком "Захист для "добро-самаритянського" блокування та перевірки образливих матеріалів", або "Розділ 230 Акта про комунікації" (47 U.S. Code § 230 – *Protection for private blocking and screening of offensive material*, 1996). Цей розділ знімав відповідальність з онлайн-платформ за контент, який публікували користувачі, а також за видалення контенту, який вважається непристойним, образливим, насильницьким тощо (Balendra, 2024).

Акт про авторське право в цифрову епоху 1998 р.

Цей акт містив положення щодо умовного імунітету онлайн-платформ у сфері авторського права, а саме: онлайн-сервіси, що надають доступ до захищеного авторським правом вмісту, мають "безпечну гавань", але з умовами впровадження функціональних процесів для отримання та обробки скарг від власників авторських прав.

Також варто зазначити, що у Сполучених Штатах вже давно розроблено комплексне антимонопольне законодавство (Акт Шермана 1890 р.,

Акт Клеймана 1914 р. та Акт про створення Федеральної торгової комісії 1914 р.). Однак через обраний американською владою підхід на невтручання та саморегулювання онлайн-платформ Федеральна торгова комісія (далі – *FTC*), головним завданням якої є сприяння захисту прав споживачів та усунення і запобігання антиділовим практикам, таким як примусова монополія, не втручалася у сферу онлайн-платформ. Водночас *FTC* у 1990 р. подала судовий позов проти корпорації *Microsoft*, звинувативши компанію в монополізації ринку веббраузерів (*Gorwa*, 2024).

Отже, у Сполучених штатах на федеральному рівні практично відсутня законодавча система для регулювання онлайн-платформ (*Jamison*, 2019). Лише 2 документи безпосередньо дотичні до цієї сфери: Розділ 230 Акта про комунікації, який наділяв онлайн-платформи як проміжні сервіси імунітетом від відповідальності за публікації користувачів, та Акт про захист конфіденційності дітей онлайн, який стосувався зобов'язань онлайн-платформ у досить вузькій сфері.

2. Зміни у ставленні до регулювання онлайн-платформ після 2016 р.

Протягом 2000-х років онлайн-платформи продовжували користуватися лояльністю американської влади. Під час президентства Джорджа Буша-молодшого при його адміністрації створили Консультативну раду з інформаційних технологій, куди увійшли представники великих фірм, що займаються програмним забезпеченням і обладнанням. При президентстві Барака Обами Державний департамент та його держсекретарка Хілларі Клінтон активно просували "свободу в інтернеті" на міжнародній арені та повістку "Державного управління двадцять першого століття", яка закликала до збільшення глобального доступу не тільки до інтернету загалом, а й до пошукових двигунів, соціальних мереж тощо, розроблених американськими ІТ-корпораціями. Також компанії – власники онлайн-платформ залучалися до розробки цієї повістки та інших політик Державного департаменту в цій сфері (*Gorwa*, 2024).

Переломним моментом у зміні ставлення до регулювання онлайн-платформ американською владою можна вважати період президентства республіканця Дональда Трампа (2017–2021 рр.). Трамп є активним користувачем соціальних мереж (зокрема *Twitter/X*), які дозволяли йому досягати своєї аудиторії. Його початкова позиція до онлайн-платформ була лояльною, що стало очевидним, зокрема, коли французький президент Макрон пропонував ввести податок на цифрові сервіси на території ЄС. Дональд Трамп погрожував введенням високих мит на французькі предмети розкоші (*BBC*, 2019). Однак наприкінці президентства його позиція (а також консервативно-республіканських правих сил) змінилася на ворожу щодо платформ, оскільки, на його думку, вони почали заважати йому досягати своєї аудиторії. Яскравим

прикладом буде ситуація, коли в травні 2020 р. під час виборчої кампанії *Twitter* почав маркувати пости Трампа, в яких він стверджував, що під час голосування поштою мала місце фальсифікація голосів, приписами, що звинувачення є необґрунтованими (*BBC*, 2020). Після цього президент Трамп видав указ "Щодо запобігання онлайн-цензури", де вказувалося, що онлайн-платформи перешкоджають реалізації права на свободу вираження (*The White House Archives*, 2020). Документ був спрямований на звуження застосування Розділу 230: у ньому зазначалося, що соціальні мережі використовують цю поправку як засіб боротьби з думками та позиціями, з якими вони не згодні, а тому вони не мають права користуватися захистом, передбаченим Розділом 230. Для реалізації указу Національна адміністрація з телекомунікацій та інформації мала подати петицію Федеральній комісії з комунікацій з вимогою розтлумачити положення Розділу 230.

Іншою підставою для обурення правих сил стало блокування акаунту Дональда Трампа в соціальних мережах *Twitter* та *Facebook* у зв'язку із захопленням Капітолія його прихильниками в січні 2021 р. У той час Дональд Трамп виклав відео в цих соціальних мережах, де виправдовував їхні дії (захоплення відбулося через переконання, що президентські вибори в США 2020 р. були сфальсифіковані). *Twitter* та *Facebook* спочатку додали примітки до постів Трампа, а згодом видали їх та призупили дію його акаунтів (*Al Jazeera*, 2021).

Водночас були підстави для обурення діяльністю онлайн-платформ і у прихильників Демократичної партії. Але якщо республіканці дотримувалися думки, що онлайн-платформи своєю модерацією та боротьбою з дезінформацією посягають на свободу вираження думок, то демократи вважали, що адміністрації онлайн-платформ навпаки не прикладали достатньо зусиль для запобігання дезінформації на власних платформах. Оскільки вони вважали, що завдяки дезінформації американських виборців Дональд Трамп зумів перемогти на президентських виборах 2016 р., до цього не маючи значного досвіду у великій політиці та не займаючи жодної державної посади.

Для боротьби з онлайн-платформами і республіканець Дональд Трамп, і наступний президент-демократ Джо Байден вирішили залучити *FTC*, яка до цього ігнорувала сферу онлайн-платформ. Наприкінці президентства Трампа керівник комісії Джо Сіммонс ініціював формування технологічного відділу комісії, який би займався питаннями технічної політики. У грудні 2020 р. *FTC* оголосила про подання судового позову проти компанії *Facebook*, вимагаючи диверсифікації активів, зокрема *Whatsapp* та *Instagram*, припинення встановлення антиконкурентних умов для виробників програмного забезпечення тощо (*Facebook, Inc., FTC v.*, 2024). Наступний президент Джо Байден призначив на посаду комісії Ліну Хан, яка мала намір продовжити боротьбу з монополіями у сфері онлайн-платформ. Так, у 2022 р. комісія подала позов проти корпорації *Microsoft*, щоб заблокувати придбання нею ігрового

видавця, корпорації *Activision Blizzard* (*Microsoft/Activision Blizzard, In the Matter of*, 2024). У 2023 р. *FTC* звернулася з позовом до суду проти корпорації *Amazon*, звинувативши її в незаконній монополізації сфери онлайн роздрібної торгівлі (*FTC Sues Amazon for Illegally Maintaining Monopoly Power*, 2023).

3. Спроби законодавчого врегулювання діяльності онлайн-платформ на рівні штатів

На рівні штатів ситуація різниться. У 2018 р. в Каліфорнії був прийнятий Акт про приватність споживачів (*California Consumer Privacy Act of 2018*, 2018), який у 2020 р. був доповнений Актом про права приватності. Оскільки цей документ не належить до федерального законодавства, а є складовою частиною каліфорнійської законодавчої бази, то він застосовується до бізнесів, під чим розуміється будь-яка фізична особа – підприємець або юридична особа, яка працює з метою отримання прибутку чи фінансової вигоди та яка збирає особисту інформацію споживачів і здійснює свою підприємницьку діяльність у штаті Каліфорнія. Відповідно, "споживачем" у розумінні цього закону будуть вважатися виключно фізичні особи, які мають місце проживання у штаті Каліфорнія. Акт застосовується як до діяльності офлайн, так і онлайн.

Варто зазначити, що цей документ не застосовується до будь-якого бізнесу, а лише до тих, які відповідають одному або декільком критеріям, а саме:

- 1) річний дохід становить 25 000 000 доларів США;
- 2) щорічно продає, купує або ділиться особистими даними більше ніж 100 000 споживачів або домашніх господарств;
- 3) як мінімум, 50% щорічного доходу походить від продажу або поширення особистих даних.

Хоча акт також допускає, що будь-яка особа, яка займається підприємницькою діяльністю в Каліфорнії, може добровільно підтвердити свою відповідність цьому акту.

Можна підсумувати, що акт застосовується до будь-якого бізнесу, який здійснює свою діяльність (офлайн або онлайн) на території штату Каліфорнія, є прибутковою організацією, збирає особисті дані споживачів, а також відповідає хоча б одному із трьох зазначених вище критеріїв. Отже, можна сказати, що цей акт, зокрема, спрямований на регулювання великих комерційних та інших онлайн-платформ.

Що ж до обсягу персональної інформації, яка захищається актом, то до неї належать:

- інформація, яка ідентифікує особу (справжнє ім'я, поштова адреса, ідентифікаційний код, номер водійського посвідчення, номер соціального страхування, адреса електронної пошти, номер банківського рахунку тощо);
- біометричні дані особи;

- комерційна інформація (дані про власність особи, придбані товари та послуги тощо);
- інформація щодо активності в інтернеті або інших цифрових мережах (історія пошуку в браузері, взаємодії з цифровими застосунками та рекламою тощо);
 - геолокаційні дані;
 - інформація, пов'язана з працевлаштуванням, освітою;
 - чутлива особиста інформація;
 - висновки, зроблені на основі будь-якої вищевказаної інформації, що дозволяють визначити профіль споживача, який відображає його вподобання, психологічні характеристики, схильності, поведінку, соціальні відносини, розумові здібності тощо.

На суб'єктів дії акта покладаються такі основні зобов'язання:

- інформувати споживачів про те, які категорії даних з них збираються, використовуються або продаються та з якою ціллю і метою;
- утримуватися від збирання додаткових категорій інформації, якщо це не виправдано ціллю та метою збору;
- інформувати про період часу, протягом якого будуть використовуватися дані споживачів;
- забезпечувати, щоб збір, використання та продаж особистих даних споживачів були обґрунтовано необхідними та виправданими для досягнення мети.

Акт про приватність споживачів гарантує їм такі права стосовно своїх персональних даних:

- на видалення зібраної платформою особистої інформації споживача за його запитом;
- на виправлення особистої інформації у разі виявлення неточностей та помилок;
- знати, яку персональну інформацію платформа збирає, та мати доступ до персональної інформації, яку збрала платформа;
- знати, яку персональну інформацію платформа продає або передає, і кому саме;
- не допускати продаж або передачу персональної інформації платформою третій стороні за запитом;
- на обмеження використання чутливої особистої інформації за запитом;
- на недопущення дискримінації.

Споживач не повинен зазнавати дискримінації з боку суб'єкта у випадку застосування ним одного з вищезазначених прав, що може проявлятися в ненаданні товарів чи послуг, стягненні відмінної від вказаної плати за товари або послуги, в гіршому рівні якості товарів тощо.

Актом також передбачається створення органу контролю – Агентства з захисту приватності Каліфорнії (*California Privacy Protection Agency*),

діяльність якого спрямована на застосування та контроль за виконанням положенням Акта про приватність, захистом та просуванням права на приватність фізичних осіб та інших похідних прав, які зазначені в цьому акті.

На Агентство покладаються такі обов'язки:

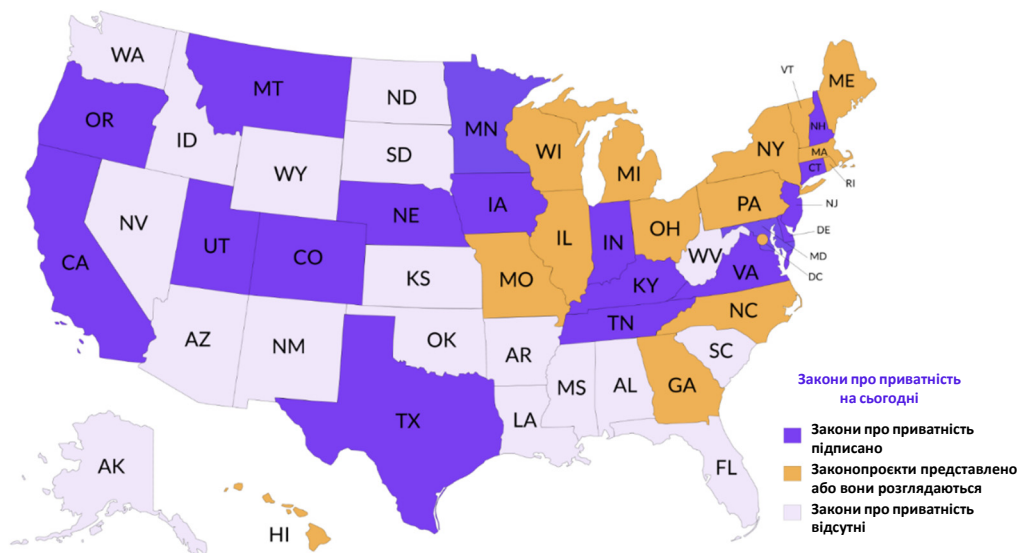
- проведення консультацій із суб'єктами, які підпадають під дію цього акта, для роз'яснення їх обов'язків та відповідальності у сфері захисту персональних даних;
- проведення консультацій із каліфорнійськими споживачами для роз'яснення їхніх прав, гарантованих цим актом;
- надання технічної та консультаційної допомоги законодавчим органам штату за запитом стосовно законодавства, пов'язаного із захистом персональних даних;
- співробітництво з іншими агентствами та органами, чия діяльність пов'язана із захистом приватності або обробкою персональних даних у Каліфорнії, інших штатах, на федеральному рівні.

Агентство наділяється повноваженнями з розслідування можливих випадків порушення положень акта, вчинених вищевказаними суб'єктами. Розслідування може розпочиналися як за власною ініціативою органу, так і за скаргами фізичних осіб. Агентство може припинити розслідування, якщо доведено відсутність доказів існування порушення або якщо суб'єкт добровільно повідомляє про факт порушення та вчиняє дії щодо його припинення. В такому випадку воно може дати суб'єкту час на ліквідацію порушення та його наслідків. Також, перед тим як робити будь-які висновки стосовно існування факту порушення, Агентство має повідомити суб'єкта електронним листом про розслідування та надати докази існування порушення, які воно має, і запросити викласти Агентству свою позицію та можливі докази щодо відсутності порушення. У процесі розслідування Агентство може допитувати свідків. Далі Агентство проводить слухання з представниками суб'єкта, який підозрюється у вчиненні порушення, за результатами якого Агентство може визнати факт відсутності порушення або визнати суб'єкта винним та накласти на нього штраф.

Для фізичних осіб цей спосіб захисту своїх прав не є єдиним. Акт також гарантує можливість звернення до суду з цивільним позовом до суб'єкта, який порушив права особи у сфері захисту персональних даних.

Окрім того, для каліфорнійських споживачів передбачається інший механізм захисту порушених прав. Якщо до персональних даних споживачів здійснюється несанкціонований доступ, що стався внаслідок незабезпечення суб'єктом належного рівня захисту та безпеки, споживач може звернутися з цивільним позовом проти цього суб'єкта. Споживачі можуть стягнути збитки, якщо вони є більшими ніж 100 доларів США, але не перевищують 750 доларів США на споживача; вимагати судову заборону або декларативне рішення; висувати інші вимоги, які будуть визнані судом відповідними.

Що ж до відповідальності, то Актом передбачається накладення адміністративного штрафу розміром до 2500 доларів США за ненавмисне порушення, що стосується персональних даних неповнолітніх осіб, та до 7500 доларів США за вмисне порушення в цій сфері.



Штати, де були прийняті закони про захист приватності

Джерело: *U.S. Data Privacy Laws: A Guide to the 2025 Landscape*, (2025).

Окрім згаданих вище штатів, подібні закони про захист приватності споживачів вступили в дію й у інших штатах: Вірджинія – 1 січня 2023 р.; Колорадо – 1 липня 2023 р.; Юта – 31 березня 2023 р.; Коннектикут – 1 липня 2023 р.; Орегона, Техас, Флорида – 1 липня 2024 р.; Монтана – 1 жовтня 2024 р.; Айова, Делавері, Небраска, Нью-Гемпшир – 1 січня 2025 р.; Нью-Джерсі – 15 січня 2025 р. Також такі закони були прийняті, але ще не набрали чинності у штатах: Індіана, Монтана, Теннессі, Кентуккі, Мериленд, Міннесота, Небраска, Род-Айленд. Отже, можна підсумувати, що приблизно третина американських штатів прийняла власні закони для захисту приватності споживачів, зокрема у цифровій сфері (*Bloomberg Law*, 2024).

Також варто згадати спроби губернаторів штатів Флорида та Техас, які були представниками республіканської партії, внести в парламенти штатів законопроєкти про заборону цензури на онлайн-платформах. У Флориді законопроєкт містив положення про обов'язок онлайн-платформ за 30 днів повідомляти про зміни до правил користування платформою, користувацької угоди тощо, а також заборонялося видаляти облікові записи або займатися "деплатформуванням" кандидатів на політичні посади. Схожі положення містилися і в законопроєкті, запропонованому губернатором Техасу, який зазначав: "Інтерактивна комп'ютерна служба не може цензурувати користувача, висловлювання користувача або

здатність користувача сприймати вирази іншої особи на основі: (1) погляду користувача або іншої особи; [або] (2) погляду, представленого у висловлюванні користувача або висловлюванні іншої особи" (Gorwa, 2024).

Висновки

Можна підсумувати, що у США з 2016 р. почався період переосмислення наявного ліберального підходу до регулювання онлайн-платформ, це проявилось як у прийнятті нових законів щодо їх регулювання, так і наділенні відповідних федеральних урядових агентств повноваженнями розслідувати порушення, скоєні адміністраціями або власниками онлайн-платформ. Хоча на федеральному рівні законодавчий процес загальмований через суперечності між демократами і республіканцями, на рівні окремих штатів законодавчі органи змогли частково подолати проблему відсутності комплексного федерального законодавства у сфері регулювання онлайн-платформ, приймаючи власні закони у цій сфері, однак цей підхід має суттєвий недолік – відсутність уніфікації: всі зазначені штати приймали закони, які за своєю сутністю та структурою є схожими на акт, прийнятий у Каліфорнії (який, своєю чергою, орієнтується на Загальний регламент про захист даних ЄС (*General Data Protection Regulation, GDPR*), але кожен з них містить різні критерії визначення суб'єктів регулювання, відмінності у визначенні поняття "споживач", різний зміст і перелік прав споживачів, а також різні механізми притягнення до відповідальності. Отже, все це ускладнює можливості онлайн-платформ дотримуватися законодавства про приватність і підвищує витрати на юридичне забезпечення їхньої діяльності.

З іншого боку, за відсутності відповідного закону на федеральному рівні прийняття та введення в дію закону про приватність даних є єдиним способом на цей момент гарантувати захист прав осіб щодо їхніх даних, які обробляються онлайн-платформами або іншими суб'єктами, які підпадають під дію таких законів. Крім того, зі зростанням кількості штатів, які приймають закони про приватність даних, виникає ймовірність, що це спонукатиме федеральних законодавців до створення єдиного закону на федеральному рівні з метою уніфікації законодавства. Також варто зазначити, що важливим кроком є активізація американської адміністрації, зокрема *FTC*, у розслідуванні порушень антимонопольного законодавства з боку великих *IT*-компаній.

Однак прийняття законів на рівні штатів, заснованих на *GDPR*, не є достатнім. Для забезпечення комплексного регулювання та подолання проблем американського підходу необхідним є залучення найкращих практик європейського та китайського досвіду: зокрема, на федеральному рівні мають бути прийняті закони, подібні, наприклад, до європейських Акта про цифрові ринки (*Digital Markets Act*) та Акта про цифрові послуги (*Digital Services Act*). Ці закони мають встановлювати

для онлайн-платформ вимоги як у сфері антимонопольного регулювання, так і в питаннях боротьби з незаконним контентом. Серед таких вимог: забезпечення можливості користувачам оскаржувати рішення платформ щодо них, створення механізмів оцінки ризиків, проведення регулярних перевірок, складання звітів та впровадження додаткових заходів для підвищення прозорості та відповідальності платформ. Це дозволить забезпечити більш ефективний захист інтересів користувачів і справедливу конкуренцію на ринку цифрових послуг.

Ця проблематика продовжуватиме бути актуальною через зростаючу роль онлайн-платформ у суспільних відносинах, монополізацію ринку цифрових платформ, проблеми захисту приватності та даних користувачів, боротьбу з дезінформацією тощо, а тому потребує подальших досліджень, зокрема в таких напрямках, як порівняльний аналіз ефективності різних моделей регулювання онлайн-платформ (США, КНР, ЄС тощо), роль антимонопольного регулювання в діяльності онлайн-платформ, розвиток законодавства у сфері приватності даних, протистояння саморегулювання та державного втручання, моделі вирішення конфліктів між керівництвами онлайн-платформ та урядами держав тощо.

REFERENCE

47 U.S. Code § 230 – Protection for private blocking and screening of offensive material (1996). <https://www.law.cornell.edu/uscode/text/47/230>

Al Jazeera. (2021). *Which online platforms banned Trump over Capitol riot?* <https://www.aljazeera.com/news/2021/1/14/which-online-platforms-banned-trump-over-capitol-riot>

Balendra, S. (2024). *Free Speech in the Puzzle of Content Regulation: Insights from the West and the Global South*. Springer Nature Switzerland.

BBC. (2019). *Trump threatens tariffs against "foolish" Macron*. <https://www.bbc.com/news/world-us-canada-49131301>

BBC. (2020). *Twitter tags Trump tweet with fact-checking warning*. <https://www.bbc.com/news/technology-52815552>

Bloomberg Law. (2024). *Which States Have Consumer Data Privacy Laws?* <https://pro.bloomberglaw.com/insights/privacy/state-privacy-legislation-tracker/#map-of-state-privacy-laws>

Booth, R. (2025). *Meta to get rid of factcheckers and recommend more political content*. The Guardian. <https://www.theguardian.com/technology/2025/jan/07/meta-facebook-instagram-threads-mark-zuckerberg-remove-fact-checkers-recommend-political-content>

Boyne, S. M. (2018). Data Protection in the United States. *The American Journal of Comparative Law*, (66), Supplement 1, 299–343. <https://www.scilit.com/publications/9cc47792af226bef0c996c5c21aec052>

Bradford, A. (2023). *Digital empires: The Global Battle to Regulate Technology*. Oxford University Press.

Bradford, A. (2024). The false choice between digital regulation and innovation. *Northwestern University Law Review*, 118(2), 377–454. https://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract_id=4753107

California Consumer Privacy Act of 2018. (2018). https://coppa.ca.gov/regulations/pdf/ccpa_statute.pdf

Children's Online Privacy Protection Act of 1998 (COPPA) (1998). <https://www.ftc.gov/legal-library/browse/rules/childrens-online-privacy-protection-rule-coppa>

Financial Services Modernization Act of 1999 (1999). <https://fraser.stlouisfed.org/title/financial-services-modernization-act-1999-gramm-leach-bliley-act-1050/fulltext>

FTC. (2023). *FTC Sues Amazon for Illegally Maintaining Monopoly Power*. <https://www.ftc.gov/news-events/news/press-releases/2023/09/ftc-sues-amazon-illegally-maintaining-monopoly-power>

FTC. (2024a). *Facebook, Inc., FTC v.* <https://www.ftc.gov/legal-library/browse/cases-proceedings/191-0134-facebook-inc-ftc-v>

FTC. (2024b). *Microsoft/Activision Blizzard, In the Matter of.* <https://www.ftc.gov/legal-library/browse/cases-proceedings/2210077-microsoftactivision-blizzard-matter>

Gorwa, R. (2024). *The Politics of Platform Regulation: How Governments Shape Online Content Moderation.* Oxford University Press.

Health Insurance Portability and Accountability Act of 1996 (1996). <https://aspe.hhs.gov/reports/health-insurance-portability-accountability-act-1996>

Jamison, S. G. (2019). Creating a National Data Privacy Law for the United States. *Intellectual Property Law Review*, 10(1). <https://open.mitchellhamline.edu/cgi/viewcontent.cgi?article=1089&context=cybaris>

Klosowski, T. (2021). *The State of Consumer Data Privacy Laws in the US (And Why It Matters).* Wirecutter. <https://www.nytimes.com/wirecutter/blog/state-of-privacy-laws-in-us/>

Osano. (2025). *U.S. Data Privacy Laws: A Guide to the 2025 Landscape.* <https://www.osano.com/us-data-privacy-laws>

Privacy Act of 1974, 5 U.S.C. § 552a (1974). <https://bja.ojp.gov/program/it/privacy-civil-liberties/authorities/statutes/1279>

The White House Archives. (2020). *Executive Order on Preventing Online Censorship.* <https://trumpwhitehouse.archives.gov/presidential-actions/executive-order-preventing-online-censorship/>

Конфлікт інтересів. Автор заявляє, що не має фінансових чи нефінансових конфліктів інтересів щодо цієї публікації; не має відносин з державними органами, комерційними або некомерційними організаціями, які могли б бути зацікавлені у поданні цієї точки зору. З огляду на те, що автор працює в установі, яка є видавцем журналу, що може зумовити потенційний конфлікт або підозру в упередженості, остаточне рішення про публікацію цієї статті (включно з вибором рецензентів і редакторів) приймалося тими членами редколегії, які не пов'язані з цією установою..

Автор не отримував прямого фінансування для цього дослідження.

Щербак, Г. (2025). Регулювання онлайн-платформ у праві США. *Зовнішня торгівля: економіка, фінанси, право.* Серія. Юридичні науки, 2(139), 36–49. [https://doi.org/10.31617/3.2025\(139\)04](https://doi.org/10.31617/3.2025(139)04)

Надійшла до редакції 24.01.2025.

Прийнято до друку 09.02.2025.

Публікація онлайн 11.06.2025.