

РОЗДІЛ 3

Коли доходить до позову

Позов проти AI-продукту рідко є позовом проти моделі. Він спрямований проти слів, якими продукт описано, і проти професійного регламенту, який ці слова захищає.

Навесні 2026 року Steuerberaterkammer Berlin (Палата податкових консультантів Берліна) подає позов проти компанії Accountable. Звинувачення спрямоване не проти інструмента. Не йдеться про шкоду клієнтам, не про неправильні консультації, не про витоки даних. Оскаржується одне-єдине слово на сайті: *AI-Steuerberater* (AI-податковий консультант).

Цей позов — не юридичний курйоз. Він робить видимою закономірність, яка рано чи пізно доганяє кожного продуктивного AI-постачальника в регульованих доменах. Перед судом здебільшого стоїть позиція, з якою модель продається, а сама модель — у другу чергу.

На що насправді спрямований позов

Більшість судових впроваджень навколо AI у DACH у 2024–2026 роках мали іншу причину, ніж фактична шкода клієнтам, прорахунки моделі чи фінансові втрати. Вони стартували зі зіткнень з трьома правовими шарами, які мають мало спільного з фактичною функцією продукту.

ТРИ ШАРИ ПОЗОВУ

жоден не вимагає, щоб продукт завдав шкоди

ШАР 1	ШАР 2	ШАР 3
Професійне право захищений титул	UWG рекламне твердження	EU AI Act обов'язки високого ризику
опонент Палата професії (напр. <i>Steuerberaterkammer</i>)	опонент Конкурент / союз споживачів	опонент Орган нагляду ринку
тригер вживання захищеного титулу в описі продукту	тригер твердження «автоматично коректно» без релевантної вибірки	тригер експлуатація системи високого ризику без документації §11/§13

*Три шари, три різних опоненти, три різні справи. Один про-
дукт може опинитися перед усіма трьома одночасно.*

Шар 1 — професійне право. Податкові консультанти, адвокати, лікарі, аудитори і архітектори працюють у захищених титулах. Професійне право для податкових консультантів у своїй основі походить з 1960-х. Воно не знає інтернету, не знає автоматизації, не знає AI. Воно захищає титул, а не результат.

Хто вживає слово *Steuerberater* в описі продукту, стикається з шаром, який спрацьовує незалежно від того, чи продукт фактично служить клієнтам краще, ніж дефіцитний людський податковий консультант.

Шар 2 — UWG (Закон про недобросовісну конкуренцію в Німеччині). Рекламні твердження на кшталт *автоматично коректно* або *порівнянно з податковим консультантом* атакувані, щойно хтось доведе, що твердження не тримається на релевантній вибірці.

Позивач має тут простий важіль. Йому достатньо показати, що рекламне твердження сформульоване занадто вузько; питання якості моделі взагалі залишається за межами справи.

Шар 3 — EU AI Act. Хто експлуатує систему в категорії високого ризику — а список довший, ніж припускає більшість постачальників — несе обов'язки документації, відповідності і повідомлення. Позов виникає тут не з професійного права, а з адміністративного провадження органу нагляду ринку.

Стюарт Расселл у праці *Human Compatible* формулює це загальніше: відповідальність за автономну систему не може жити в моделі — вона мусить мати інституційного носія, чий мандат фіксований до того, як система виходить на ринок. Кейт Кроуфорд у праці *Atlas of AI* додає: AI ніколи не є *лише* технічним артефактом, він завжди вписаний у правову, мовну і класифікаційну інфраструктуру, яка опиняється в позові раніше за саму модель.

Три шари, три різних опоненти, три різні справи. Жоден не вимагає, щоб продукт завдав шкоди.

Чому це питання антропології

У Розділі 1 названо три ролі: хто тренує, хто контролює, хто відповідає. Позов проти Accountable б'є по третій ролі прямо. Він показує, наскільки глибоко ця роль повинна сягати.

Хто відповідає, не може бути лише комплаєнс-менеджером. Ця особа повинна знати правовий ландшафт, у якому продукт оперує. Знати, які професійні титули захищені, які рекламні твердження стають атакуваними без доказів, і яку категоризацію EU AI Act передбачає для системи. Вона повинна володіти перекладом між моделлю і правом.

У більшості індустріальних проектів цю перекладацьку роботу не виконують. Аналітик даних знає свою модель. Маркетолог знає своє повідомлення. Комплаєнс-уповноважений читає GDPR. Між цими трьома столами ніхто не перевіряє, чи слово *AI-Steuerberater* на цільовій сторінці запускає колізію професійного права.

Що антропологія тут робить

Роль того, хто відповідає, належить до конструкційних рішень, а не до юридичного доповнення в кінці. Хто будує продукт, який заходить у регульований домен, той повинен до запуску відповісти письмово на три питання.

Які захищені титули чи терміни зачіпає продуктова комунікація? Які рекламні твердження тримаються без вибіркової перевірки? Яка категорія EU AI Act підходить системі і які з цього випливають обов'язки?

Ці питання не належать юридичному відділу за день до запуску. Вони зливаються з розробкою продукту. Функцію, яку виконує податковий консультант, система може відобразити по суті. Позиція має бути сформульована інакше. *AI-Buchhaltungs-Assistenz* (AI-асистент бухгалтерії) — інше твердження, ніж *AI-Steuerberater*. Друге атакуване, перше — ні.

Висновок

Судовий інцидент з компанією Accountable (позов Steuerberaterkammer Berlin, поданий навесні 2026 року в Landgericht Berlin), незалежно від його результату, зробить галузі послугу. Цей процес примусить до прояснення питання, яке роками лежить відкритим. Коли термін *AI-X* є рекламним твердженням, коли — порушенням професійного права, коли — класифікацією високого ризику?

Хто веде AI-систему в регульований домен, той може бачити з цього судового прикладу наочно, як ризики матеріалізуються, і має з'ясувати юридичну позицію до запуску — зафіксувати її письмово як частину продуктової документації, щоб у разі позову команда могла посилатися на свідомо прийняте рішення, а не реконструювати його заднім чином. Хто це упускає, той будує продукт з невідомим правовим профілем і виявляє його у тексті позову.

Наступний розділ присвячений мові: як сформулювати опис продукту, який тримає юридично і водночас не залишається позаду власної функції.

...

Три питання для власного контексту

- 1. Які захищені титули чи терміни зачіпає наша продуктова комунікація?** Steuerberater, адвокат, лікар, архітектор, аудитор: чи присутні вони або споріднені слова десь на сайті, в презентації або рекламних матеріалах?
- 2. Які рекламні твердження витримали б позов за UWG?**
Твердження на кшталт *автоматично коректно, порівнянно з, замінює*: чи підтверджуються вони репрезентативною вибіркою, чи це лише маркетингова мова?
- 3. До якої категорії EU AI Act належить система?** Високий ризик, обмежений ризик, низький ризик: чи існує письмова класифікація і особа, яка за неї відповідає?