

Створення, охорона, захист і комерціалізація об'єктів права інтелектуальної власності:
матеріали VIII Всеукраїнської науково-практичної конференції з міжнародною участю,
присвяченої Міжнародному дню інтелектуальної власності.
(м. Київ, 25 квітня 2025 р.): ел. збірник. Київ: КПІ ім. Ігоря Сікорського, 2025

УДК 347.7

ЗАХИСТ АВТОРСЬКИХ ПРАВ УКРАЇНСЬКИХ ТВОРЦІВ КОНТЕНТУ В СОЦІАЛЬНИХ МЕРЕЖАХ

Н.О.Білоусова

к.ю.н., доцентка кафедри приватного права КНЕУ імені Вадима Гетьмана,
старша наукова співробітниця НДІ ІВ НАПрН України
ORCID-0000-0003-4134-0856

Ю.Є.Черенок

здобувачка вищої освіти магістерського рівня
КНЕУ імені Вадима Гетьмана
ORCID ID: 0009-0004-7310-6225

PROTECTION OF COPYRIGHTS OF UKRAINIAN CONTENT CREATORS IN SOCIAL NETWORKS

N.O.Bilousova

Ph.D, Associate Professor of the Department of Private Law of Kyiv National
Economic University named after Vadym Hetman,
senior research associate of the Intellectual Property Scientific Research Institute of
the National Academy of Sciences of Ukraine
ORCID-0000-0003-4134-0856

Yu.E.Cherenok

Master's degree student, Kyiv National Economic University named after Vadym
Hetman
ORCID ID: 0009-0004-7310-6225

Анотація: Розглядаються правові аспекти використання об'єктів авторських прав у ході здійснення діяльності інфлюенсерів у соціальних медіа. Аналізуються критерії добросовісного використання чужих творів, висловлюються пропозиції щодо мінімізації ризиків отримання претензій із боку правовласників у зв'язку із використанням творів у соціальних мережах, а також способи самозахисту при розміщенні авторського контенту.

Ключові слова: захист авторських прав, добросовісне використання, трансформаційне використання.

Annotation: The legal aspects of the use of copyrighted objects in the course of influencer activities in social media are considered. The criteria for the fair use of other people's works are analyzed, proposals are made to minimize the risks of

receiving claims from copyright holders in connection with the use of works in social networks, as well as methods of self-protection when posting copyrighted content.

Keywords: copyright protection, fair use, transformative use.

Майже у будь-якій сфері креативних індустрій, зокрема, у сфері моди, мистецтва, літератури виділяються суб'єкти, які популяризують ці сфери діяльності, розповідаючи про останні тенденції у соціальних медіа. Це, так звані, лідери думок або інфлюенсери [1] які по суті здійснюють блогерську діяльність, формуючи громадську думку, стереотипи мислення, світоглядно-ціннісні орієнтири користувачів інформаційних ресурсів[2, с. 230] у певній творчій сфері. Вказані учасники відносин найчастіше взаємодіють зі своєю аудиторією через соціальні мережі, створюючи різноманітний контент. При цьому такий контент може не бути повністю оригінальним, «створеним з нуля», а часто ґрунтується на використанні у різний спосіб творів інших авторів, тому діяльність інфлюенсерів у соціальних мережах містить у собі ризик пред'явлення претензій з боку суб'єктів авторських прав.

Слід зауважити, що найбільш популярні соціальні мережі - Facebook, Instagram, YouTube, - належать суб'єктам, які функціонують під юрисдикцією США, тому правове регулювання, яке діє у цій юрисдикції, представляє інтерес і для вітчизняних творців контенту. Названі соціальні медіа мають свої політики та механізми захисту авторських прав, надаючи правовласникам можливість здійснювати самозахист: подавати скарги на порушення, після чого контент може бути видалений, порушнику прийде «страйк» - тобто попередження про порушення правил соцмережі або авторських прав, що супроводжується обмеженнями у монетизації. Якщо протягом 90-ти днів з моменту отримання «страйку» буде ще 2 попередження – канал буде повністю видалений, а профіль порушника заблокований. Алгоритми YouTube (наприклад, Content ID) автоматично виявляють захищений контент, тож

правовласники можуть відстежувати та блокувати бездозвільне використання свого контенту.

У разі порушення авторських прав правовласник може вимагати і через суд припинення незаконного використання контенту та притягнути особу до відповідальності за бездозвільне використання, що може мати серйозні наслідки для бізнесу: виплата компенсації правовласнику, понесення судових витрат, зниження довіри клієнтів і партнерів, поширення негативної інформації про діяльність у медіа. Уникнути переслідувань з боку правовласника можливо при «добросовісному використанні» контенту, яке визначається за критеріями судової доктрини Fair Use. Якщо у Законі України «Про авторське право і суміжні права»[3] міститься виключний перелік випадків вільного використання творів без дозволу правовласника, - в праві США діє судова доктрина добросовісного використання (Fair Use doctrine), яка визначається Cambridge Dictionary як: «закони, що стосуються умов, за яких хтось може легально копіювати частини книги, фільму тощо без дозволу компанії, яка їх створила або володіє ними»[4]. Таким чином, добросовісне використання (Fair Use) — це судовий підхід, коли за певних умов використання чужого твору може визнаватися правомірним.

Застосовуючи доктрину Fair Use, суд досліджує використання спірного твору за такими чотирма критеріями: яка ціль і характер використання твору — якщо з метою навчання, полеміки, критичного огляду, створення новинних репортажів тощо, таке використання має більше шансів вважатися добросовісним; характер авторського твору — якщо має місце використання фрагментів із наукових творів в рамках наукового дослідження, таке використання скоріше буде добросовісним, аніж використання фрагментів із художніх творів; який обсяг використаного твору — чим менша частина використана, тим більш шансів визнання таких дій добросовісним використанням; наостанок береться до уваги ефект від використання - чи

завдає таке використання шкоди інтересам автора у розповсюдженні свого твору. Слід додати, що більше шансів бути визнаним добросовісним має використання твору, якщо воно носить перетворювальний (трансформаційний) характер. Трансформаційне використання – це використання, яке додає щось нове, з подальшою метою або іншим характером, і не замінює оригінальне використання твору[5]. Не дивлячись на наявність критеріїв, складність доктрини добросовісного використання полягає у необхідності їх тлумачення у кожному конкретному випадку, що здійснюється вже в рамках судового процесу, а до цього адміністратор соціальної мережі керується своєю політикою.

Комерційне добросовісне використання творів у соціальних мережах поділяється на два основні види коментар/критика та пародія. Принципи Fair Use дозволяють авторам критикувати або коментувати захищений контент, включати його фрагменти до власного твору, що сприяє вільному обміну думками в суспільстві. Наприклад, в рамках добросовісного використання можуть розглядатися: використання уривку пісні у подкасті про музику; фото з обкладинки альбому у музичному огляді; цитата з роману у рецензії на книгу; кілька рядків з пісні в статті про виконавця. У цих випадках використання носить трансформаційний характер, тому автори зазвичай розглядаються як добросовісні користувачі. Наприклад, сайт Screen Rant регулярно публікує фрагменти з фільмів і серіалів[6], і це вважається трансформаційним використанням.

Пародія — це контент, що відтворює частину оригінального твору в сатиричній або гумористичній формі, використовує оригінальний твір у новому контексті. Наприклад: «SLASHSTREET BOYS – I'll kill you that way» [7] - пародія на популярну пісню. Проте хоча пародія відноситься до трансформаційного використання, це не означає автоматично, що вона буде однозначно визнана результатом добросовісного використання. Так, у 2019 році

YouTube припинив монетизацію пародій, що змусило популярного автора пародій Bart Baker з понад 10 млн підписників зупинити свою діяльність і переїхати до Китаю, де він створює контент для Douyin (китайського TikTok)[8]. Слід зауважити, що суди частіше визнають пародії добросовісним використанням, якщо вони містять соціальну конотацію, а не створені виключно з комерційною метою.

Ще одна складність у визначенні добросовісного використання твору у соціальних медіа полягає у відмінностях трактування «добросовісності» використання у різних юрисдикціях, при тому, що соціальна мережа має глобальний характер. Яскравим прикладом цього є YouTube-блогер Totally Not Mark, який здобув популярність завдяки своїм оглядам манги та аніме — японських коміксів і мультфільмів. На момент інциденту його канал налічував 695 000 підписників, що є дуже великою аудиторією. Однак одного дня ситуація різко змінилася: YouTube видалив 150 його відео через порушення авторських прав. Сам блогер назвав це втратою майже трьох років роботи, оскільки саме стільки часу він витратив на створення цього контенту. Після розслідування з'ясувалося, що у відео використовувалися фрагменти, що належать японській анімаційній компанії Toei Animation — відомому правовласнику багатьох популярних аніме-серій. Проблема полягає в тому, що в Японії поняття «добросовісного використання» (Fair Use) практично не застосовується в комерційному середовищі. Воно обмежене лише особистим використанням, а також використанням у навчальних закладах чи бібліотеках[9] [10]. Таким чином, комерційні відео з коментарями, які приносять дохід через YouTube, не вважаються законним добросовісним використанням у японській правовій системі.

Також слід зазначити, що оригінальний контент інфлюенсерів, блогерів і ютуберів може бути захищений за допомогою різних прав інтелектуальної власності. Так, можна зареєструвати як торговельні марки: хештеги, назви

серій, слогани, зображення, нікнейми, які використовуються в мережі. Авторське право може захищати: оригінальні аудіовізуальні твори, тексти, візуальне мистецтво, фільми, аудіозаписи та інші творчі продукти[11]. Крім того, можна скористатися правом на власне зображення, щоб заборонити використання імені, зовнішності чи фотографій інфлюенсера/творця контенту без дозволу. Творці контенту можуть також здійснювати самозахист, зокрема: зареєструвати авторські права або задепонувати свої твори на різних онлайн архівах - для підтвердження свого авторства; використовувати водяні знаки на контенті; подавати скарги відповідно до політик соцмереж, якщо відбулося порушення; застосовувати процедуру звернення з вимогою до власника веб-сайту або веб-сторінки, закріплену у статті 56 Закону України «Про авторське право і суміжні права».

Отже, права інтелектуальної власності відіграють ключову роль у захисті творців контенту та інфлюенсерів у цифровому середовищі. Вони забезпечують правову основу для збереження авторства, стимулювання творчості та встановлення правопорядку у відносинах щодо використання творів у цифровому середовищі.

Література

1. Інфлюенсер. URL:
<https://uk.wikipedia.org/wiki/%D0%86%D0%BD%D1%84%D0%BB%D1%8E%D0%B5%D0%BD%D1%81%D0%B5%D1%80> (дата звернення: 20.04.2025)
2. Савчук Р.Л., Шевчук Г.І. Блогерська діяльність Андрія Шимановського. Вчені записки ТНУ імені В. І. Вернадського. Серія: Філологія. Журналістика. Том 34 (73). № 1. Ч. 2. 2023. С. 230-236.
https://www.philol.vernadskyjournals.in.ua/journals/2023/1_2023/part_2/37.pdf (дата звернення: 20.04.2025).

Створення, охорона, захист і комерціалізація об'єктів права інтелектуальної власності:
матеріали VIII Всеукраїнської науково-практичної конференції з міжнародною участю,
присвяченої Міжнародному дню інтелектуальної власності.
(м. Київ, 25 квітня 2025 р.): ел. збірник. Київ: КПІ ім. Ігоря Сікорського, 2025

3. Про авторське право і суміжні права: Закон України від 01.12.2022 р. № 2811-IX. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2811-20#n833> (дата звернення: 20.04.2025).
4. Laws relating to the conditions in which someone can legally copy parts of a book, film, etc. without the permission of the company that made it or owns it <https://dictionary.cambridge.org/dictionary/english/fair-use> (дата звернення: 20.04.2025).
5. U.S. Copyright Office Fair Use Index. <https://www.copyright.gov/fair-use/> (дата звернення: 20.04.2025).
6. <https://screenrant.com/> (дата звернення: 20.04.2025).
7. <https://www.youtube.com/watch?v=oliCVn7Ic68> (дата звернення: 20.04.2025).
8. Bart Baker. https://en.wikipedia.org/wiki/Bart_Baker (дата звернення: 20.04.2025).
9. Brian T. Edmondson, Esq. Fair Use for Content Creators. URL: <https://internetbusinesslaw.com/fair-use-for-content-creators/> (дата звернення: 20.04.2025).
10. Aaron Alford. YouTuber Totally Not Mark wins all 150 copyright appeals against Toei Animation. Jan 26, 2022. URL: <https://www.invenglobal.com/articles/16266/youtuber-totally-not-mark-wins-all-150-copyright-appeals-against-toei-animation> (дата звернення: 20.04.2025).
11. Aparna Hyanki, Kartikey Chitransh. IP Rights for Social Media Influencers and Content Creators. April 29, 2024. URL: <https://aplaws.in/ip-rights-for-social-media-influencers-and-content-creators/> (дата звернення: 20.04.2025).