

ЗАХИСТ ПРАВ ІНТЕЛЕКТУАЛЬНОЇ ВЛАСНОСТІ В СОЦІАЛЬНИХ МЕРЕЖАХ: ОКРЕМІ АСПЕКТИ

PROTECTION OF INTELLECTUAL PROPERTY RIGHTS IN SOCIAL NETWORKS: CERTAIN ASPECTS

Канарик Ю.С., к.ю.н., доцент,
доцент кафедри цивільного та господарського права

Національний університет біоресурсів і природокористування України

Котлярова М.О., магістр II курсу юридичного факультету

Національний університет біоресурсів і природокористування України

У статті проведено дослідження окремих аспектів захисту прав інтелектуальної власності в соціальних мережах. Зокрема, проаналізовано об'єкти інтелектуальної власності в соціальних мережах, надано характеристику суб'єктам права інтелектуальної власності, які виступають учасниками правових відносин у соціальних мережах. Зроблено висновки, що соціальні мережі як один із видів широкого спектру соціальних систем мають свій досить широкий об'єктно-суб'єктний склад. Варто наголосити, що натепер така найбільша перевага в Інтернеті, як мегашвидкі й дешеві розповсюдження даних, зокрема із соціальних мереж, для багатьох користувачів перетворюються на найбільш вагомую проблему у сфері захисту свого контенту від несанкціонованого копіювання та використання. З огляду на розповсюдження і широку популярність соціальних мереж, таких як Facebook, LinkedIn, MySpace, Orkut, Skyrok та платформ для обміну медіа, таких як YouTube, можна зазначити, що вони дають велику кількість можливостей для власників бізнесу щодо просування своїх компаній і є ключовою частиною багатьох бізнес-маркетингових стратегій. Саме зростання важливості соціальних мереж у житті людини робить нові виклики в суспільстві загалом. Одним із ключових показників є ризики порушення інтелектуальної власності або порушення прав інтелектуальної власності, що належать саме третім особам. Зрозуміло, що головним із чинників зростання інтересу до соціальних мереж стало використання їхніх функцій для поширення відео, музики, фото і документів. Інформаційні технології створили таке середовище, в якому інформація обертається у вільному доступі, й де об'єкти саме права інтелектуальної власності існують більше за законами інформаційними. З огляду на це виникає необхідність удосконалення наявної системи регулювання відносин інтелектуальної власності саме в соціальних мережах.

Ключові слова: інтелектуальна власність, соціальні мережі, об'єкт інтелектуальної власності, суб'єкт права інтелектуальної власності, творча діяльність людини, захист прав інтелектуальної власності.

The article examines some aspects of protection of intellectual property rights in social networks. In particular, the objects of intellectual property in social networks are analyzed, the subjects of intellectual property rights who act as participants of legal relations in social networks are characterized. It is concluded that social networks, as one of the types of a wide range of social systems, have a fairly wide object-subject composition. It is worth noting that today, the biggest advantage of the Internet as mega-fast and cheap data distribution, in particular from social networks, for many users is becoming the most important problem in protecting their content from unauthorized copying and use. Given the proliferation and popularity of social networks such as Facebook, LinkedIn, MySpace, Orkut, Skyrok and media sharing platforms such as YouTube, it can be said that they provide many opportunities for business owners to promote their companies and are key part of many business marketing strategies. It is the growing importance of social networks in human life that creates new challenges in society as a whole. One of the key indicators is the risk of infringement of intellectual property or infringement of intellectual property rights belonging to third parties. We all understand that the main factor in the growing interest in social networks has been the use of their functions to distribute video, music, photos and documents. Information technology has created an environment in which information circulates in free access, and where the objects of intellectual property rights exist more according to the laws of information. Given the above, there is a need to improve the existing system of regulation of intellectual property relations in social networks.

Key words: intellectual property, social networks, object of intellectual property, subject of intellectual property law, human creative activity, protection of intellectual property rights.

Постановка проблеми. Соціальні мережі в сучасному глобальному світі виступають занадто популярним місцем розповсюдження інформації. При цьому серед цієї інформації є і об'єкти права інтелектуальної власності. Хочемо погодитися з думкою Ганни Огнев'юк, що коли об'єкти права інтелектуальної власності потрапляють до соціальних мереж, то вони поширюються, так би мовити, «пасивно», під чим розуміємо, що правовласнику (суб'єкту) не потрібно брати безпосередню участь у поширенні даного об'єкта. З іншого ж боку, таке поширення може порушувати права інтелектуальної власності. Адже об'єкти, які публікуються в соціальних мережах, вже не є вираженням матеріального носія. Це такий прояв, що не є сталим, від чого постає питання навіть доведення його існування в цілому.

Результати творчої діяльності людини, виражені в електронному форматі та опубліковані в соціальних мережах, можуть бути сприйняті не визначеною кількістю користувачів у будь-який проміжок часу. А оскільки інтелектуальна власність наразі виступає дійсно високовартісним активом, її об'єкти зазнають постійного посягання, а права власників (суб'єктів) нерідко порушуються. Труднощі полягають

у тому, що у значній частини правовласників (суб'єктів) відсутня можливість відслідкувати поширення та використання об'єктів права інтелектуальної власності в соціальних мережах, а звичайні способи захисту не є результативними в площині соціальних мереж.

Тобто можна однозначно стверджувати, що поширення соціальних мереж створило нову дійсність, якій притаманні як переваги, так і недоліки. З одного боку, соціальні мережі відкривають нові економічні можливості, в тому числі ринкові, які полягають у вільному поширенні авторами своїх результатів інтелектуальної власності. З іншого боку, існує загроза для авторів у вигляді несанкціонованого копіювання та/або використання інформації без їхньої згоди, в результаті чого об'єкти права інтелектуальної власності стають доступними для будь-кого, хто має намір створити копію, відтворити або скопіювати твір.

Фактично соціальні мережі змінили порядок взаємодії користувачів з об'єктами права інтелектуальної власності. Тому питання існування різних форм об'єктів інтелектуальної власності в мережі та різних форм суб'єктів, будь-то творець цього об'єкту чи користувач, а також особливості їх взаємодії в теперішніх умовах, є вкрай актуальними.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Дослідженням питань захисту прав інтелектуальної власності в соціальних мережах займалися науковці у сфері права інтелектуальної власності та практики, зокрема: Г.З. Огнев'юк, О.П. Радкевич, Н.М. Мироненко, О.І. Харитонов, Є.О. Харитонов.

Виклад основного матеріалу. Поняття об'єкту права інтелектуальної власності саме собою є багатогранною дефініцією, включаючи в себе невичерпний перелік результатів творчої діяльності людини. Деякі наукові діячі для систематизації та надання певної структури таким результатам докладали зусиль для того, щоб класифікувати їх за різними ознаками.

Об'єкти права інтелектуальної власності – це результати творчої, інтелектуальної діяльності, зафіксовані в об'єктивній формі, а саме на матеріальному носії (зокрема, електронному), які підлягають критеріям охороноздатності, встановленим чинним законодавством [1, с. 10].

Законодавець для формулювання категорії «об'єкт права інтелектуальної власності» визначає невичерпний перелік об'єктів та наводить дефініції окремих об'єктів, головним чином перераховуючи їхні основні ознаки та критерії охороноздатності.

Цивільним кодексом України (далі – ЦКУ) у ст. 420 визначено, що до об'єктів права інтелектуальної власності відносяться: художні та літературні твори; компіляції даних (бази даних); раціоналізаторські пропозиції; комп'ютерні програми; наукові відкриття; komponування напівпровідникових виробів; породи тварин; комерційна таємниця; винаходи; промислові зразки; виконання; комерційні (фірмові) найменування; географічні значення; ТМ (знаки для товарів і послуг); корисні моделі; передачі (програми) організацій мовлення; фонограми; відеограми; сорти рослин [2].

В юридичній літературі до об'єктів права інтелектуальної власності застосовують різноманітні види класифікації. Одним з основних є поділ на об'єкти авторського права та суміжних прав та об'єкти права промислової власності. Переважна більшість українських науковців все ж таки зупинилась на класифікації об'єктів права інтелектуальної власності за такими інститутами: комерційні позначення; результати науково-технічної творчості; об'єкти авторського та суміжних прав [3, с. 28].

Конкретний перелік об'єктів права інтелектуальної власності міститься в ЦКУ [2]. Проте Закон України «Про авторське право і суміжні права» [4], який повністю ґрунтується на нормах міжнародних договорів, тісно перетинається із зазначеним вище законодавчим актом, але при цьому дещо розширює перелік об'єктів авторського права. За цим нормативно-правовим актом до об'єктів права інтелектуальної власності також було віднесено: виступи; промови; проповіді; лекції та інші усні твори; літературні письмові твори публіцистичного, технічного, белетристичного, наукового або іншого характеру (в тому числі книги, статті, брошури тощо); аудіовізуальні твори; комп'ютерні програми; ілюстрації; ескізи; карти; креслення; плани; пластичні твори, що стосуються геології, техніки, топографії, архітектури, географії та інших сфер діяльності; твори образотворчого мистецтва; бази даних; твори ужиткового мистецтва, в тому числі твори з художнього скла, декоративного ткацтва, різьблення, кераміки, ливарства, ювелірні вироби тощо; музичні твори без тексту і з текстом; твори архітектури, садово-паркового мистецтва і містобудування; збірники творів; енциклопедії та антології; збірники звичайних даних; збірники обробок фольклору; інші складені твори за умови, що вони є результатом творчої праці за добором, координацією або упорядкуванням змісту без порушення авторських прав на твори, що входять до них як складові частини; драматичні, музично-драматичні твори; хореографічні та інші твори, створені для сценічного показу, та їх постановки;

пантоміми; тексти перекладів для дублювання, озвучення, субтитрування українською та іншими мовами іноземних аудіовізуальних творів; фотографічні твори, в тому числі твори, виконані способами, подібними до фотографії; похідні твори; сценічні обробки творів, зазначених у пункті 1 ст. 8 Закону України «Про авторське право і суміжні права» [4], і обробки фольклору, придатні для сценічного показу; інші твори.

Саме об'єкти авторського права найчастіше використовуються в соціальних мережах, адже для повноцінного веб-сайту необхідна наявність текстової інформації, зображень тощо, що утворює інформаційне наповнення та у свою чергу являє собою об'єкти авторського права. Також до інформаційного наповнення веб-сайту можна віднести й музичні твори (наприклад, пісні) та аудіовізуальні твори (такі як кліпи, фільми тощо). Звернемо увагу, що визначальне значення для веб-сайту має його контент, тобто зміст. У науковій літературі акцентують увагу, що основною складовою частиною сайту є саме контент. Користувачі мережі Інтернет в основному шукають потрібний їм контент. У свою чергу контент є певним видом інформації в залежності від виду самого веб-сайту [5, с. 233].

Відповідно, серед об'єктів права інтелектуальної власності частіше всього в соціальних мережах порушуються права на літературні письмові твори публіцистичного, технічного, белетристичного, наукового або іншого характеру, фотографічні твори, музичні твори без тексту та з текстом і твори, що виконані способом, подібним до фотографії [6, с. 87].

Але треба зазначити, що дуже часто розповсюдження інформації в соціальних мережах здійснюється з метою популяризації. Яскравим прикладом є таке розповсюдження інформації, як відсилка (переадресація) на об'єкт права інтелектуальної власності, яку робить автор на сторінці в соціальній мережі. Наприклад, поет – на новостворений вірш, журналіст – посилання на свою статтю чи виконавець – на новостворену пісню чи новий кліп. Такий спосіб є ефективним для отримання популярності для авторів, у зв'язку з чим не можна однозначно визначити, є він позитивним чи негативним. Проте таке розповсюдження може стати «небезпекою для пересічного користувача» [7, с. 215].

Соціальна мережа є безоплатною можливістю для оприлюднення своїх творів авторами серед значної кількості користувачів. Хоча сьогодні існують послуги за відведену плату для штучного просування сторінки в соціальних мережах, проте це не впливає на саму суть соціальних мереж. Від публікації інформації на своїй сторінці користувачі цих мереж не повинні сплачувати будь-які кошти чи внески самим соціальним мережам [8, с. 22].

Інтернет, зокрема соціальна мережа, завдяки своїй функціональній спроможності та здатності дозволяє використовувати, по суті, будь-який об'єкт права інтелектуальної власності через процес обробки інформації (зокрема, шляхом підлаштування під ІТ-технології). У зв'язку з цим можна дійти висновку, що використання, відтворення об'єктів права інтелектуальної власності в соціальних мережах має невичерпаний характер [9, с. 902].

Один із найпростіших способів заповнення веб-сайту контентом – за допомогою тексту (мовленнєве відтворення), що може підпадати під таку категорію, як авторське право на твір. Проте, незважаючи на те, який саме об'єкт права інтелектуальної власності використовується, основною задачею на шляху захисту, в тому числі й поновлення, власних інтелектуальних прав є відповідне підтвердження особою набуття права володіння, розпорядження та користування об'єктом творчої діяльності [9, с. 902].

Суб'єктами права інтелектуальної власності виступають носії прав на результати творчої, інтелектуальної діяльності, а саме фізичні особи, юридичні особи та держава в особі державних органів. Суб'єктів права інтелектуальної

власності зазвичай поділяють на два види. Відповідно до ст. 421 ЦКУ до суб'єктів права інтелектуальної власності віднесено творців (творця) об'єкта інтелектуальної власності та інших осіб, яким належать особисті майнові та/або немайнові права інтелектуальної власності [2].

При цьому слід зазначити, що суб'єкт права інтелектуальної власності в розрізі юридичної особи сам по собі не може виступати «творцем» у зв'язку з тим, що створити об'єкт права інтелектуальної власності може лише її співробітник (фізична особа) [8, с. 12]. Творцем виступає особа, результати творчої, інтелектуальної діяльності якої є або можуть бути надалі визнані як об'єкти права інтелектуальної власності. У ст. 421 ЦКУ коло суб'єктів, які можуть бути визначені як творці, не сформульовано, і відсутні будь-які вимоги щодо обмеження даного кола суб'єктів за такими критеріями, як вік, дієздатність, стан здоров'я тощо. У цій нормі ЦКУ зазначено лише осіб, які створюють той чи інший об'єкт права інтелектуальної власності, а саме: виконавця, автора, винахідника тощо. На підставі цього можна дійти висновку, що характерною ознакою для всіх суб'єктів права інтелектуальної власності є однакова дієздатність суб'єктів творчого процесу, тобто творцями результатів інтелектуальної, творчої діяльності можуть бути як неповнолітні особи, так і повнолітні [2].

На думку В.В. Вірченка, суб'єктами права інтелектуальної власності можуть виступати як фізичні, так і юридичні особи, які беруть участь прямо чи опосередковано в процесі привласнення результатів творчої, інтелектуальної діяльності та їх комерціалізації, крім того, вони наділяються належними правами та повноваженнями в межах цивільно-правових відносин інтелектуальної власності.

Суб'єктів права інтелектуальної власності можна поділити за роллю на п'ять відповідних груп: 1) суб'єкти, які завдяки безпосередній участі у створенні об'єкту права інтелектуальної власності наділяються відповідними правами інтелектуальної власності (більшою мірою це стосується об'єктів авторського права, суміжних прав та промислової власності); 2) суб'єкти, які внаслідок закінчення процедури реєстрації отримали відповідне свідоцтво, наділяються відповідними правами інтелектуальної власності (зазвичай це стосується засобів індивідуалізації, особливо які реєструються на юридичних осіб і в прямому значенні не виступають результатами інтелектуальної діяльності); 3) суб'єкти, які в результаті успадкування або на підставі договору набувають права інтелектуальної власності; 4) суб'єкти, які виступають як довірені особи або особи, які виконують функції посередництва інтересів першої та другої груп даного переліку суб'єктів за роллю; 5) державні установи та самоврядні організації до яких віднесена функція регулювання відносин інтелектуальної власності [10, с. 224].

Одним із найпоширеніших у науковій літературі є поділ усіх суб'єктів права інтелектуальної власності в залежності від підстав набуття прав інтелектуальної власності на первинних і вторинних. Групу первинних суб'єктів становлять автори, винахідники, виконавці тощо. Групу вторинних (їх ще називають похідними) становлять суб'єкти, які набувають прав інтелектуальної власності в силу закону або на підставі договору, – спадкоємці, правонаступники [8, с. 13].

До того ж «творча правосуб'єктність» не тотожна із загальною цивільною дієздатністю, яка відповідно до ст. 34 ЦКУ виникає в особи за досягнення нею повноліття. У зв'язку з цим суб'єктами права інтелектуальної власності можуть бути недієздатні, обмежено дієздатні

та частково дієздатні особи. Питання щодо здійснення ними своїх авторських прав вирішується за допомогою законних представників (опікунів, піклувальників, батьків чи усиновлювачів) [11, с. 14].

У разі отримання інформації в соціальних мережах перш за все ми бачимо суб'єкта, який її поширив, а також його (суб'єктивне) ставлення до цієї інформації. Таке суб'єктивне ставлення може виражатися в оцінюванні, як-то: незгода, вподобання, обурення, зацікавленість тощо. З огляду на це інформація в соціальних мережах невіддільно існує з оцінкою [12, с. 22].

Соціальні мережі, виходячи з їхніх особливостей, для реалізації функції об'єктів права інтелектуальної власності становлять сприятливе середовище. Так, твори гуманітарної сфери, які виступають об'єктами авторського та суміжних прав, за допомогою соціальних мереж можуть бути популяризовані, а через них автори даних творів можуть збільшити свою популярність. Головним чином, зазначений процес відбувається в результаті публікації інформації чи просто за допомогою відсилки (переадресації) на об'єкт права інтелектуальної власності, яку робить автор на сторінці в соціальній мережі. Якщо ми порівняємо способи та методи поширення об'єкта права інтелектуальної власності в соціальних мережах з іншими засобами, такими як радіостанції, телебачення, реклама, участь у публічних виступах чи концертах, то, безперечно, виділяється така ознака соціальних мереж, як безоплатний характер.

Інші риси, притаманні соціальним мережам, мають позитивне значення, адже завдяки соціальним мережам автор може поширювати свій твір серед прихильників або прихильників певного жанру мистецтва, також позитивні відгуки учасників можуть спонукати до знайомства з твором інших користувачів.

Звертаємо увагу також на те, що особа заходить на сайт, який знаходиться на просторах Інтернету, з метою отримати конкретний контент (інформацію), а в соціальних мережах особа натрапляє на інформацію «випадково» [12, с. 22–23].

Іншими словами, ґрунтуючись на моделі інформаційної сфери, можна виділити основні групи суб'єктів інформаційних правовідносин, зокрема в соціальних мережах: виробники, або творці інформації, в тому числі автори, власники інформації (інформаційних об'єктів), споживачі інформації [13, с. 3].

Характер відносин, що виникли в мережі Інтернет, з урахуванням особливостей їхнього суб'єктного складу визначається низкою чинників: складністю ідентифікувати учасників цих відносин; відсутністю можливості визначити місцезнаходження учасників, що зумовлює виникнення проблем з правом, яке застосовується, крім того, можливість проблем з реальним виконанням зобов'язань; існуванням віртуальних організацій; залежністю відносин між учасниками соціальних мереж від відносин з інформаційними провайдерами. Однак один суб'єкт таких правовідносин завжди є визначеним – власник авторських прав. Іншою стороною цих відносин є користувачі [14, с. 29].

Висновки і пропозиції. Таким чином, соціальні мережі як один із видів широкого спектру соціальних систем мають свій досить широкий об'єктно-суб'єктний склад. Між об'єктами та суб'єктами існує тісний зв'язок, адже об'єктами в соціальних мережах виступають результати творчої діяльності людини. Водночас суб'єктами виступають фізичні або юридичні особи, які використовують об'єкти для задоволення власних потреб.

ЛІТЕРАТУРА

1. Світличний О.П. Право інтелектуальної власності : підручник. 2-ге вид., змін. та доп. Київ : НУБІП України, 2016. 355 с.
2. Цивільний кодекс України від 16 січня 2003 року № 435-IV. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/435%20Text> (дата звернення: 02.08.2021).

3. Захист прав інтелектуальної власності: норми міжнародного і національного законодавства та їх правозастосування : практ. посіб. Д. Лонг та ін. Київ, 2007. 448 с.
4. Про авторське право і суміжні права : Закон України від 23 грудня 1993 року № 3792-XII. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/3792-12#Text> (дата звернення: 02.08.2021).
5. Тарасенко Л.Л. Об'єкти авторського права у цифровому середовищі. *Вісник Львівського університету*. 2019. Вип. 68. С. 231–239.
6. Марущак Я.С. Порушення прав інтелектуальної власності у соціальних мережах Інтернету. *Актуальні проблеми захисту права власності* : матер. кругл. столу (м. Одеса, 17 червня 2016 р.). Одеса, 2016. С. 87–88.
7. Радкевич О.П. Конфіденційність персональної інформації у соціальних мережах. *Вісник Вищої ради юстиції*. 2012. № 3. С. 215–223.
8. Мироненко Н.М. Поняття суб'єктів права інтелектуальної власності та критерії їх класифікації. *Теорія і практика інтелектуальної власності*. 2009. № 2. С. 11–24.
9. Лиска П.О. Захист прав інтелектуальної власності у всесвітній мережі. *Молодий вчений*. 2017. № 11. С. 901–907.
10. Вірченко В.В. Суб'єктний склад відносин інтелектуальної власності. *Теоретичні та прикладні питання економіки*. 2014. № 1. С. 222–235.
11. Актуальні проблеми права інтелектуальної власності : навч. посіб. В.К. Матвійчук та ін. Київ, 2014. 352 с.
12. Огнев'юк Г.З. Особливості використання об'єктів інтелектуальної власності в соціальних мережах. *Підприємництво, господарство і право*. 2016. № 7. С. 21–25.
13. Алфёров А.Н. Человек как явный субъект права в информационной сфере. *Сибирский юридический вестник*. 2010. № 3. С. 3–9.
14. Харитонов О.Є., Харитонов О.І. «Інтернет-відносини» та «інтернет-правовідносини»: до визначення поняття і сутності. *Університетські наукові записки*. 2017. № 63. С. 27–38.