

Пользовательский контент в социальных сетях: особенности и перспективы регулирования

Научный руководитель – Щербак Наталия Валериевна

Горохова Ольга Николаевна

Студент (бакалавр)

Московский государственный университет имени М.В.Ломоносова, Юридический факультет, Москва, Россия

E-mail: olg.gorohova2016@yandex.ru

Сегодня Интернет позволяет пользователям производить и распространять изображения, текст, видео на различных платформах в Интернете. Это приводит к тому, что **потребители становятся производителями контента**, в котором часто используются охраняемые произведения, что приводит к судебным спорам [3].

Предлагаю проанализировать эту проблему на примере пользовательского контента в социальных сетях. Крупнейшей из них в мире является Facebook, его аудитория в настоящее время превышает 1,44 миллиард пользователей [6], в то время как у «ВКонтакте» число пользователей достигает 350 млн. человек [7]. У данных социальных сетей разное регулирование контента. Так, согласно **положению о правах и обязанностях Facebook** [4] (далее - Положение), **контентом** признаются фотографии и видеоматериалы, на которые распространяются права интеллектуальной собственности. Согласно подп. 1 п. 2 Положения, размещая контент в виртуальном пространстве этой социальной сети, пользователь предоставляет им переуступаемую, передаваемую в порядке сублицензирования, свободную от роялти, глобальную лицензию на использование любых материалов, на которые распространяются права интеллектуальной собственности, размещаемых или каким-либо способом связанных с сайтом. В соответствии с подп. 2 п. 2 Положения при удалении материалов, на которые распространяются права интеллектуальной собственности, они удаляются безвозвратно. Однако удаленный контент может сохраняться в виде резервных копий.

Исходя из п. 6.1.1 **пользовательского соглашения «ВКонтакте»** [5] (далее - Соглашение) **контентом** признаются все объекты, размещенные на сайте, в том числе элементы дизайна, текст, графические изображения, иллюстрации, видео, скрипты, программы, музыка, звуки и другие объекты и их подборки. В соответствии с п. 6.2.4 Соглашения, размещая свой контент в любой части сайта, пользователь автоматически безвозмездно предоставляет администрации неисключительное право на его использование путем копирования, публичного исполнения, воспроизведения, переработки, перевода и распространения для целей сайта или в связи с ними, в том числе для его популяризации. Администрация может изготавливать производные произведения или вставлять контент пользователя в качестве составных частей в соответствующие сборники, совершать иные действия, служащие достижению указанных целей. Пункт 6.2.3 Соглашения «ВКонтакте» гласит, что, размещая свой контент на сайте, пользователь передает администрации право делать его копии.

Итак, наиболее распространенным контентом являются группы и подборки изображений и музыки. **Группа (или «паблик»)** - это сообщество пользователей, которые объединяются по конкретной тематике, по которой и создается контент в виде картинок, видеоматериала, аудиозаписей, текстовых сообщений. Проблему определения правового режима можно рассмотреть на примере дела «Лентача», когда руководителя сообщества отстранили его основатели. Исходя из Соглашения «ВКонтакте», тот, кто создал группу

первоначально, всегда остаётся администратором и имеет право удалять любого члена группы, в том числе и руководителей. Какова же её правовая природа? Для начала следует сказать, что **само название сообщества не является ни средством индивидуализации, ни использованием средства индивидуализации**, поскольку оно входит в домен «ВКонтакте» и при его вводе в интернет-браузере без использования доменного имени vk.com, сообщество не может быть загружено. Следующий вопрос: **можно ли признать группу базой данных**. Исходя из судебной практики, в частности, дела ОО «Мир тесен» против ОО «Чемодан добрых дел» [2], в котором суд пришел к отрицательному ответу, критерием является наличие прямых целенаправленных расходов на создание такой базы. Если же администратор просто создал группу, что является бесплатным, и арендовал офис для её администрирования, то в таком случае это не удовлетворяет критерию. В случае затрат на рекламу, продвижение контента, направленные на расширение аудитории, то суды могут признать группу базой данных, и в таком случае копирование существенной её части будет правонарушением.

Подборка изображений и музыки тоже может считаться охраняемым результатом интеллектуальной деятельности, а именно **составным произведением**, если будет отвечать критериям новизны и оригинальности, что будет довольно сложно доказать на практике. ООО «ВКонтакте», владелец сайта vk.com, самостоятельно определяет архитектуру сайта, его функционал и порядок работы, администратором доменного имени vk.com, включая все его уровни, является также ООО «ВКонтакте». Размещение материалов в сообществе заранее предопределено и пользователь не имеет технической возможности это изменять, то есть не может быть признано результатом творческого труда. Думается, разумнее будет применить англосаксонскую модель «затраченных усилий» (sweat of the brow) [10], потому что создатель тратит время на компиляцию и расположение материалов.

Чтобы предотвратить нарушение прав создателей, необходимо дополнить законодательство РФ следующими положениями:

- 1) закрепить прав пользователей на группы и подборки изображений;
- 2) создать реестр результатов интеллектуальной деятельности на основе платформы **Blockchain**, разработка которого сейчас активно идёт в Государственной Думе Федерального Собрания Российской Федерации (например, проект Soundchain.org для музыкальных произведений [9]), что предоставит возможность легального использования контента;
- 3) разработать критерии его создания, обеспечить техническое тестирование, соблюдение баланса интересов правообладателей и пользователей [1].

Источники и литература

- 1) Гринь Е.С. Реестры сложных объектов интеллектуальных прав (на примере аудиовизуальных произведений) // СПС Консультант Плюс
- 2) Решение Арбитражного суда г. Санкт-Петербурга и Ленинградской области от 31.08.2015 по делу № А56-58781/2012 // <http://sudact.ru/arbitral/doc/EmFqBxY3355j/> (дата обращения: 21.02.2018)
- 3) Например, Постановление ВАС РФ от 22 апреля 2008 г. N 255/08, Постановление ФАС Дальневосточного округа от 12 февраля 2013 г. N Ф03-1/2013 // СПС Консультант Плюс
- 4) Положение о правах и обязанностях Facebook от 30.01.2015 // <https://www.facebook.com/srr> (дата обращения: 21.02.2018)
- 5) Пользовательское соглашение "ВКонтакте" // <https://vk.com/terms> (дата обращения: 21.02.2018)

- 6) <http://www.pro-smm.com/facebook-2015/> (дата обращения: 21.02.2018)
- 7) <http://searchlikes.ru/blog/kolichestvo-polzovateley-vkontakte/> (дата обращения: 21.02.2018)
- 8) https://zakon.ru/blog/2017/7/25/pravo_na_kartinku_ili_rasskaz_o_tom_mozhno_i_priravnyat_podborki_k_obektam_avtorskogo_prava (дата обращения: 21.02.2018)
- 9) <http://soundchain.org/> (дата обращения: 21.02.2018)