

## **ƏQLİ MÜLKİYYƏT HÜQUQU**

### **СОЦИАЛЬНЫЕ СЕТИ И АВТОРСКОЕ ПРАВО, ПУБЛИЧНЫЕ ЛИЦЕНЗИИ КРИЭЙТИВ КОММОНС**

**Орхан Рагимов\***

#### **Резюме**

*На сегодняшний день Всемирная сеть Интернет играет роль ключевого фактора в разных сферах общественной жизни. Интеграция объектов авторского права во всемирную паутину, а также создание этих самых объектов в сети ярко демонстрирует факт того, что глобальная цифровизация не обошла стороной также и сферу творческой промышленности. По праву можно отметить тот факт, что в современный период Интернет является основной платформой для креативной индустрии. Естественно всё это порождает различные вопросы касательно прав Интеллектуальной Собственности, а именно авторских прав, проблему их защиты и обеспечения, выявлению нарушений и т. д. В сети Интернет циркулирует различное количество музыкальных произведений, произведений литературы, художественных и аудиовизуальных произведений. Самой популярной средой их обитания и распространения в сети служат такие социальные сети как Facebook, Twitter, Вконтакте, YouTube и т. д. Контент же, включающий в себя различного рода объекты авторского права как, музыкальные, аудиовизуальные и иные произведения, является основным двигателем социальных сетей. Соответственно он служит центральным объектом авторско-правовых отношений в соцсетях. Касательно же лицензий Криэйтив Коммонс необходимо отметить их революционную роль в обеспечении авторских прав в сети Интернет, позволили свободный оборот результатов творческого труда правообладателя с указанием его авторских прав.*

**Ключевые слова:** *контент, социальные сети, сублицензирование, цитирование, Facebook, Twitter, Вконтакте, Youtube Google, пользовательские соглашения, ДМСА, свободные лицензии, культура разрешения, принцип КК, лицензии.*

Сегодня Всемирная сеть паутины-Интернет занимает особое положение в нашей жизни. Играя роль, так называемого инструмента, помогающего «всегда быть в курсе всего происходящего», Интернет в современный период по праву занимает место основного источника-поставщика информации. Посредством него мы не только получаем доступ к информации, но и также можем делиться ею. Например, те же самые соцсети куда мы в первую очередь обращаемся в случаи заинтересованности относительно рецепта какого-нибудь блюда, либо получив полезную информацию, или интересную новость в тот час спешим поделиться ею у себя на страничке. Всеми вышеперечисленными действиями мы формируем, так называемый контент.

А что же всё-таки подразумевается под понятием контента. В буквальном смысле контент (либо на фр. *Contenir-содержать*) означает содер-

---

\* Главный советник Центра Обеспечения Прав Интеллектуальной Собственности Агентства Интеллектуальной Собственности Азербайджанской Республики

жание веб-страницы, соцсетей либо каналов в разных программах и мессенджерах. На протяжении дня мы повсюду сталкиваемся с контентом, будь это ролики в YouTube, новости в сайтах, твиты в Twitter, или же посты в авторских Telegram-каналах. Соответственно в зависимости от вышесказанного, можно классифицировать контент по формату подачи, как например: текстовый - новости, статьи и интервью; графический-фотографии, изображения и иные виды визуального представления информации; видео или аудио- ролики, записи интервью, подкасты, пользующиеся в последние времена всё большей популярностью; либо одновременно в разных форматах, как например мультимедийные продукты.

Также можно дифференцировать контент по его целевому назначению. Сам по себе контент может иметь коммерческий характер: реклама определённого товара либо услуг. Контент информационного характера часто попадает нам на протяжении всего дня, к примеру: новости, полезная информация, инструкции какие-нибудь. В эпоху цифровизации разных сфер общественной жизни немалую популярность приобрёл также и развлекательный контент, в виде разных игр и т.д.

В вопросе авторского характера необходимым является разграничение контента уникального от неуникального. Первый не имеет никаких аналогов. Хотя и информация, изложенная в нём, может не обладать своей исключительностью, однако способ передачи уникального контента обладает одноимённым характером. Также проверяется такого рода контент на поиск плагиата. Соответственно неуникальный контент - отчасти либо полностью скопирован. Но важно отметить то, что в основном разграничение контента по уникальности относят к текстовому контенту, и в случае неуникального контента, авторские права нарушаются, а правообладатель, может подать жалобу.

Соответственно вышесказанным контент также будет различаться и по источникам, которые могут являться авторскими, созданными самим субъектом, могут быть в виде «копирование и вставки», или как часто мы привыкли их называть Copy Paste (Копипаст), при наполнении чужим контентом, а также и пользовательским, созданными самими посетителями ресурса, как например отзывы и комментарии. Копипаст, сам по себе может быть добросовестным, с указанием ссылки на источник, а также просто сворованным (плагиат).

На сегодняшний день такие социальные сети как Facebook, Instagram, TikTok, VK «ВКонтакте», генерируют большое количество контента. «Будучи созданными для общения между субъектами сети, они стали виртуальными агрегаторами социальной жизни человека: пользователи не только общаются друг с другом, но и узнают новости, делают публичные заявления, выражают внутри социальных сетей свое отношение к различным событиям социальной действительности» [1, с.446].

Естественно, с появлением Интернета вопросы авторско-правового характера усложнились. Это и стало постоянным детерминантом нарушений прав Интеллектуальной Собственности в сети Интернет. «Контент, размещаемый пользователями на сайтах социальных сетей (видео, фотографии и др.), ежедневно используется третьими лицами, независимо от того, являются ли они пользователями социальных сетей или нет» [2, с.252].

Facebook, Twitter разрешают выставление в сети материалов, защищаемых авторским правом. При размещении материала в Facebook, социальная сеть не становится владельцем работы. Размещая материал, владелец позволяет сайту, даёт лицензию на использование представленной работы. Согласно правилам, Twitter пользователь сохраняет права на любой размещаемый им контент, тем самым предоставляя Twitter безвозмездную, неисключительную, а также и общедоступную лицензию с правом сублицензирования. Facebook обладает аналогичными условиями, при этом покидая названную соцсеть, все содержимое удаляется.

Каждая из соцсетей проводит собственную политику в отношении авторских прав. Facebook к примеру запрещает использование её Продуктов, чтобы делиться ими, либо совершать действия которые нарушают права чужих лиц, в том числе право на интеллектуальную собственность. В случае нарушения положений контент может быть удалён, либо может быть ограничен доступ к нему [3].

В соответствии с Лицензионными соглашениями «ВКонтакте», лицензиату запрещается: «воспроизведение, распространение, переработка в коммерческих или некоммерческих целях элементы Социальной сети, являющиеся объектом авторских прав Лицензиара, других Лицензиатов или третьих лиц без согласия соответствующих правообладателей на совершение таких действий [4, п.4.2.1.]; воспроизведение элементов дизайна или пользовательского интерфейса Социальной сети в контексте создания других Веб-сайтов или в контексте ведения бизнеса в сети Интернет или вне её [4, п.4.2.2.]; распространение в/из Социальной сети в коммерческих или некоммерческих целях аудиовизуальные изображения и учетные данные других Лицензиатов, существующих в Социальной сети, без согласия этих Лицензиатов [4, п.4.2.3.]; передавать предоставленные ему права на использование Социальной сети другим Лицензиатам или третьим лицам путем заключения сублицензионного договора или иным способом» [4, п.4.2.4.]. Также «Размещая на Сайте принадлежащий ему на законных основаниях Контент, Пользователь предоставляет другим Пользователям неисключительное право на его использование в рамках предусмотренного Сайтом функционала путем просмотра, воспроизведения (в том числе копирования) и иных прав исключительно для в целях личного некоммерческого использования, за исключением случаев, когда такое использование нарушает или может ущемить охраняемые законом интересы правообладателя» [4, п.7.1.3.].

YouTube первым правилом авторского права устанавливает разрешение создателям на загрузку лишь тех видеороликов, которые они сделали сами, либо же им разрешено их использовать, тем самым запрещая загрузку видеороликов которые не они снимали, либо использование контента в своих видео которым кто-то другой владеет авторским правом [5].

Справочный центр Google в разделе авторских прав, отмечает возможность защиты разного вида контента. Перечень включает объекты авторского права, как: аудиовизуальные произведения (телешоу и фильмы), аудиозаписи и музыкальные композиции, письменные произведения, такие как лекции, статьи, книги и нотные записи, произведения изобразительного искусства включая картины, плакаты и рекламу, видеоигры и программное обеспечение, драматические произведения, как например, пьесы и мюзиклы [6].

Также, согласно справочному центру Google, в некоторых случаях допускается использовать материалы, защищённые авторским правом при наличии разрешения правообладателя (лицензионное соглашение, либо иной документ подтверждающий согласие владельца прав); правообладатели также допускают безвозмездное использование материалов при соблюдении определённых условий (смотреть-лицензии Криэйтив Коммонс); а также при добросовестном использовании контента, которое может быть исключением из закона в области авторских прав [6]. Использование материалов, защищённых авторским правом, без разрешения, может повлечь за собой удаление контента [6].

Допускается использование контента, без согласия автора, также при условии цитирования, где является обязательным указание имени автора и ссылки на источник, и использование объектов авторского права, в отношении которых истекли сроки. Срок, установленный отечественным законом об авторском праве, составляет 70 лет с момента смерти автора.

Следовательно, необходимо понимать автору как защитить свой контент в социальных сетях, среди которых можно назвать способ использования водяных знаков, добавление отметки об авторском праве, а также эффективным видом защиты можно отметить защиту контента Digital Millennium Copyright Act (далее-DMCA), чей значок подразумевает печать о защите на веб-сайте. Можно ещё отметить в качестве защиты авторства на контент онлайн депонирование авторского права через специальные сервисы. Оно позволяет временную фиксацию приоритета авторского права до его обнародования, и при попытке оспаривания, свидетельство о депонировании помогает защитить авторские права.

Касательно отечественного законодателя Закон Азербайджанской Республики «Об Информации, информатизации и защите информации», не допускает размещение в информационном ресурсе владельцу этого самого и ресурса в сети Интернет или пользователю информационно-телекомму-

никационной сети, информации нарушающей право интеллектуальной собственности [7, ст.13-2.3.10.].

Одним из популярно распространённых продуктов в сети интернет являются музыкальные произведения. Цифровизацией всех сфер общественной жизни, слушать музыку стало намного удобнее, а также и мобильнее. Сегодня можно слушать музыку, не выходя из дома, и не включая телевизор, её можно слушать по дороге на работу и т.д. Распространение музыки в сети интернет актуализировало вопрос защиты авторских прав на музыкальное произведение во всемирной паутине. Ранее доступ к музыке в сети Интернет, был намного проще в связи с чем, особенно в нашем обществе сформировалась привычка к свободному скачиванию и распространению музыки. Но с началом заботы авторов о своём праве, и с применением определённых ограничительных мер, граждане всё больше стали склонны к обходу этих самых ограничений. Данное в первую очередь можно связать с правовой культурой общества [8, с.226]. «Сложно донести до человека сущность авторского права, когда в его понимании «так можно» и почему я должен платить» это устоявшее понятие.» [8, с.226].

Можно отметить следующие проблемы возникающие при защите авторских прав на музыку в сети Интернет как: отсутствие нормативного регулирования, трудности при идентификации правонарушителя, наличие платформ где отсутствует регулирование оборота музыкальных произведений.

Следовательно первая проблема выявляет необходимость формирования законодательства для урегулирования отношений возникающей при защите авторских прав на музыкальное произведение в сети Интернет. Касательно идентификации нарушителей авторских прав, на сегодняшний день опознать и отследить этих лиц является делом не лёгким, особенно учитывая то, что эти лица в большинстве случаев регистрируются в платформах анонимно, и приводит к невозможности их опознания. Говоря о проблеме наличия платформ, где отсутствует регулирование оборота распространения музыки, одним из них можно назвать Telegram.

Сегодня большинство платформ при регистрации в ней лица принимают пользовательские соглашения для урегулирования вопросов касающихся интеллектуальной собственности, где и предусматриваются положения касательно авторского права. Также на многих сайтах действуют условия касательно авторских прав, и содержат в себе раздел об авторских правах. Ныне во многих онлайн платформах в разделе товаров, за просто за определённую сумму можно приобрести музыкальное произведение, либо даже альбом без нарушения закона об авторских правах.

Корпорация Криэйтив Коммонс

Одним из больших проделанных шагов в защите авторских прав в цифровом пространстве является способ защиты как «Криэйтив Коммонс» (далее-КК) «creative» - творческие, «commons» - общины. КК-является не-

коммерческой организацией. Принцип данной организации заключается в некоммерческом или частично коммерческом лицензировании для распространения контента в сети интернет, который позволяет авторам или правообладателям свободно выражать свою волю и распространять свои произведения широко и беспрепятственно, а потребителям контента - легально и проще пользоваться этими достижениями творческой деятельности.

Учитывая то, что как неимущественные, так называемые моральные права, так и имущественные (экономические права) принадлежат авторам автоматически, согласно авторскому законодательству большинства стран мира, КК создаёт условия для трансфера некоторых прав общественности посредством данных готовых лицензий. КК противостоит понятию «разрешения», которое год за годом обладает всё большим ограничительным характером. По словам Лоуренса Лессига «культура разрешения» - это: «культура, в которой авторы начинают создавать только с разрешения, обладающего властью или автора из прошлого» [9].

Основателями являются: профессор права Лоуренс Лессиг, а сооснователями: Хэл Абельсон и Эрик Элдред. Данная корпорация была основана 19 декабря 2001 года. Сам Лоуренс Лессиг является профессором права Гарвардского Университета и известным борцом за изменение законодательства в сфере авторского права, а особенно в применении к сети Интернет.

Принцип КК сильно облегчило распространение, а также свободное использование контента в сети Интернет. Любой контент под лицензией КК является общественным достоянием. Это ей даёт право свободно демонстрировать себя при условии, если он не противоречит особенностям лицензии, которая выбрана правообладателем. К примеру, вы можете свободно делиться ссылкой на ролик в YouTube, не думая о наличии правообладателя на данный ролик. Лицензия - является конструктором. Выбор того, что вы собираетесь защищать, а что нет - свободен. Тем самым вполне законным образом можно смотреть, распространять, а также и вносить поправки в контент, в случае если правообладатель не возражает [10]. Выбор лицензии КК - это согласие автора на свободное распространение и выбор. Такой принцип намного сильно облегчает процесс использования материала, а автор взамен требует, всего лишь, право обозначения его авторства. Подобный метод является полной противоположностью авторскому законодательству в классическом виде. Посредством таких «свободных лицензий» пользователи узнают, от каких прав готовы отказаться авторы. Эти лицензии хорошо интегрировались и адаптировались в правовую систему многих стран, а особенно в правовую систему США [11, с.259-260]. Одним из самых удачных примеров, защищаемых лицензиями КК, уже как на протяжении 13 лет (с 2009 года), является, всеми нами часто используемая, Википедия. Для получения новых знаний, проверки определённой информации либо для редакции определённых статей, более 100 млн людей, в среднем в день, посещают википедию [12]. В сегодняшние

дни, основной источник знаний, ассоциируется с Википедией. За всю историю КК, на свет уже выходили три версии лицензирования, сегодня уже готовится к тест-драйву 4-я версия. Но все равно, на данный момент самой распространённой является 3-я, так как она учитывает и полностью некоммерческую, и частично коммерческую версию лицензий.

Лицензии КК - предоставляют свободу использования на определённых условиях произведения автора, защищённого правом интеллектуальной собственности (авторским правом), без какой-либо оплаты, а также и ограничений по территории. Данные лицензии являются группой унифицированных текстов, которые в свою очередь описывают условия использования объектов авторского права (произведений). На сегодняшний день существуют 6 современных лицензий КК [13]. Характерной чертой лицензий КК, является то, что эти лицензии неисключительные; автор, правообладатель после разрешения использования своего произведения по лицензиям КК, вполне может заключить отдельный договор насчёт того же самого произведения; сила действия лицензий КК сохраняется на протяжении всего времени действия авторских прав (в случаи с Азербайджаном - 70 лет с момента смерти автора, согласно отечественному законодательству в области авторского права); в случаи с лицензиями КК, лицензиар заключает отдельный договор лицензирования с каждым лицензиатом (пользователем); в отношениях по лицензионному договору Корпорация КК не может выступать в качестве стороны; а также все лицензии КК требуют указания авторства [14].

Свободные лицензии КК: 1) CC BY (Creative Commons Attribution) – который разрешает свободное использование произведения при условии указания его автора «лицензия с указанием авторства»; 2) CC BY-SA (Creative Commons Attribution-ShareAlike) - также разрешает свободное использование произведения при условии указания его автора с сохранением условий, все производные произведения должны распространяться под этой лицензией; 3) CC BY-ND (Creative Commons Attribution-NoDerivs) – запрещает вношение каких-либо изменений, или нарушение целостности; 4) CC BY-NC (Creative Commons Attribution-NonCommercial) допускает свободное использование произведения при условии указания его автора, но только не в коммерческих целях; 5) CC BY-NC-SA (Creative Commons Attribution-NonCommercial-ShareAlike) - допускает свободное использование произведения при условии указания его автора, но только не в коммерческих целях, также все производные произведения должны распространяться под этой лицензией; 6) CC BY-NC-ND (Creative Commons Attribution-NonCommercial- NoDerivs) - разрешает свободное использование произведения при условии указания его автора, но только не в коммерческих целях, кроме того запрещает вношение каких-либо изменений, или нарушение целостности [15].

**Сноски:**

1. В.Е.Беленко., В.А.Зырянов/Контент Социальных Сетей в Материалах СМИ//Theoretical and Practical Issues of Journalism, 2018, vol.7, no.3, pp. 444–458
2. К.В.Ревяко, А.С.Шурпа/Авторское Право в Социальных Сетях: Проблемы Защиты/ГУО «Институт бизнеса Белорусского государственного университета, г. Минск
3. Meta (Facebook) Пользовательское соглашение URL: [https://m.facebook.com/legal/terms?locale=ru\\_RU&rsr](https://m.facebook.com/legal/terms?locale=ru_RU&rsr)
4. Лицензионные соглашения// «Вконтакте» URL: <https://vk.com/licence>
5. YouTube/Rules and Policies/Copyright/The first rule of copyright URL: <https://www.youtube.com/howyoutubeworks/policies/copyright/>
6. Справочный центр по авторским правам (Google)/Что такое авторское право URL: <https://support.google.com/legal/answer/3463239?hl=ru>
7. Закон Азербайджанской Республики «Об Информации, информатизации и защите информации» от 3 апреля 1998 г. за №460-IQ
8. Ю.Д.Нурыева., Е.С.Кудрявцева/Особенности защиты авторских прав на музыкальные произведения при их распространении в сети интернет.//Вопросы студенческой науки, Выпуск №5(33), май 2019 г.
9. Lessig, Lawrence. Free Culture-New York. Penguin Press, 2004---- с.8-----ISBN 1594200068. URL: <https://lessig.org/product/free-culture/>
10. Creative Commons-Russia URL: <http://creativecommons.ru/choose>
11. А.Г.Рихтер «Международные стандарты и зарубежная практика регулирования журналистики». Организация Объединённых Наций по вопросам образования, науки и культуры. (ЮНЕСКО) 2011 г.
12. Wikipedia article traffic statistics URL: <http://goo.gl/8Y4bn>
13. About The Licences----Creative Commons. URL: <https://creativecommons.org/licenses/>
14. URL: [https://ru.wikipedia.org/wiki/Лицензии\\_и\\_инструменты\\_Creative\\_Commons](https://ru.wikipedia.org/wiki/Лицензии_и_инструменты_Creative_Commons). (Текущие лицензии Creative Commons)
15. Лицензии Creative Commons Викимедиа РУ. URL: [https://ru.wikimedia.org/w/index.php?title=Лицензии\\_Creative\\_Commons&oldid=105572](https://ru.wikimedia.org/w/index.php?title=Лицензии_Creative_Commons&oldid=105572)

## SOSIAL ŞƏBƏKƏLƏR VƏ MÜƏLLİFLİK HÜQUQU, CREATIVE COMMONS PUBLİK LİSENZİYALARI

**Orxan Rəhimov\***

### **Xülasə**

*Bu gün Internet Şəbəkəsi ictimai həyatın müxtəlif sahələrində əsas amil rolunu oynayır. Müəllif hüququ obyektlərinin Internet Şəbəkəsinə inteqrasiyası, eyni zamanda həmin obyektlərin şəbəkədə yaradılması global rəqəmsallaşmanın yaradıcı sənayedən də yan keçmədiyini açıq şəkildə nümayiş etdirir. Həmçinin qeyd etmək olar ki, müasir dövrdə Internet yaradıcı sənaye üçün əsas platformadır. Təbii ki, bütün bunlar Əqli Mülkiyyət hüquqları, yəni müəllif hüquqları, onların qorunması və tətbiqi problemi, pozuntuların müəyyən edilməsi və s. məsələlər ilə bağlı müxtəlif suallar doğurur.*

*Internetdə müxtəlif sayda musiqi əsərləri, ədəbi əsərlər, bədii və audiovizual əsərlər yayılır. Onların şəbəkədə yayılması üçün ən populyar media Facebook, Twitter, Vkontakte, YouTube və s. kimi sosial şəbəkələrdir. Musiqi, audiovizual və digər əsərlər kimi müxtəlif növ*

---

\* Azərbaycan Respublikası Əqli Mülkiyyət Agentliyinin tabeliyində olan Əqli Mülkiyyət Hüquqlarının Təminatı Mərkəzinin baş məsləhətçisi



*Kontent, müəllif hüquqları obyektlərini özündə birləşdirən, sosial şəbəkələrin əsas mühərriki. Müvafiq olaraq, sosial şəbəkələrdə müəllif hüquqları münasibətlərinin mərkəzi obyekt kimi xidmət edir. Creative Commons lisenziyalarına gəlincə, onların müəllif hüququnu göstərən müəllif hüquqları sahibinin yaradıcılıq fəaliyyəti nəticələrinin sərbəst dövriyyəsinə imkan verən, İnternetdə müəllif hüquqlarının qorunmasında inqilabi rolunu qeyd etmək lazımdır.*

**Açar sözlər:** *kontent, sosial şəbəkələr, sublisenziya, sitat, Facebook, Twitter, Vkontakte, Youtube Google, istifadəçi müqavilələri, DMCA, azad lisenziyalar, icazə mədəniyyəti, CC prinsipi, lisenziyalar.*

## SOCIAL NETWORKS AND COPYRIGHT, CREATIVE COMMONS PUBLIC LICENSES

**Orkhan Rahimov\***

### **Abstract**

*Today, the World Wide Web plays the role of a key factor in various spheres of public life. The integration of copyright objects into the World Wide Web, as well as the creation of these same objects on the network, clearly demonstrates the fact that global digitalization has not bypassed the creative industry as well. It can rightfully be noted that in the modern period the Internet is the main platform for the creative industry. Naturally, all this gives rise to various questions regarding the rights of Intellectual Property, namely copyrights, the problem of their protection and enforcement, the identification of violations, etc.*

*A different number of musical works, works of literature, artistic and audiovisual works circulate on the Internet. The most popular medium for their habitat and distribution on the network are such social networks as Facebook, Twitter, Vkontakte, YouTube, etc. Content, which includes various kinds of copyright objects such as musical, audiovisual and other works, is the main engine of social networks. Accordingly, it serves as the central object of copyright relations in social networks. As for Creative Commons licenses, it is necessary to note their revolutionary role in securing copyright on the Internet, allowing the free circulation of the results of the creative work of the copyright holder indicating his copyright.*

**Keywords:** *content, social networks, sublicensing, quoting, Facebook, Twitter, Vkontakte, Youtube Google, user agreements, DMCA, free licenses, permission culture, CC principle, licenses.*

---

\* Chief Advisor of the Center for Enforcement of Intellectual Property Rights of the Agency of Intellectual Property of the Republic of Azerbaijan