



УДК 347.78.03



Орлова Татьяна Евгеньевна

Московский государственный юридический
университет имени О.Е. Кутафина (МГЮА)

Международно-правовой институт

Россия, Москва

orlovat111@ya.ru

Orlova E. Tatiana

Kutafin Moscow State Law University (MSAL)

International Law Institute

Russia, Moscow

ОСНОВНЫЕ ПРОБЛЕМЫ АВТОРСКОГО ПРАВА В ЭКОНОМИКЕ ЦИФРОВЫХ ПЛАТФОРМ. ЕВРОПЕЙСКИЙ ОПЫТ

Аннотация: в статье анализируются проблемы цифровых платформ, связанные с вознаграждением авторов, контролем использования произведений и доступом к базам персональных данных пользователей. На основе европейского опыта показана важность глубокой гармонизации и упрощения реализации личных неимущественных прав на международном уровне.

Ключевые слова: цифровые платформы, социальные сети, авторское право, право на атрибуцию, право на целостность, вознаграждение, Европейский союз.

THE MAIN PROBLEMS OF COPYRIGHT IN THE DIGITAL PLATFORM ECONOMY. EUROPEAN EXPERIENCE

Annotation: this article analyzes the problems of digital platforms related to the remuneration of authors, the control of the use of works and access to collection of users' personal data. Based on the European experience, the importance of deep harmonization and simplification of the implementation of personal non-property rights at the international level is shown.



Key words: digital platforms, social media, copyright, right to attribution, right to integrity, remuneration, European Union.

Авторское право — динамично развивающаяся отрасль права, являющаяся результатом научно-технического прогресса. Появление авторского права в своей первой британской кодификации было обусловлено стремительным развитием технологии печати и было направлено на борьбу с копированием. [1, с. 117]

Страны англосаксонской правовой семьи всегда рассматривали авторское право как инструмент для стимулирования творчества и распространения новых оригинальных произведений, чётко определяя приоритет права собственности над авторством. Такой подход называется утилитарной теорией авторского права, в основе которого стоит предположение, что творческие люди не мотивированы на творчество, если не получают достаточного материального вознаграждения. [2, с. 100] Лишённая стимулов правовая система не будет поощрять «развитие науки и полезных ремёсел», как подчеркивает Конституция США [3, с. 33]. В системах, где преобладают мотивационные обоснования, именно корпорации, а не отдельные авторы, иницируют и в конечном итоге контролируют творческие процессы.

Совсем иная ситуация в юрисдикциях гражданского права стран континентальной Европы. Под влиянием трудовой теории Джона Локка [4, с. 123–126] и теории личности Фридриха Гегеля [5, с. 43] сформировалось авторское право, направленное на защиту усилий и личности авторов. То есть обеспечивается правовая защита живописи, литературного или музыкального произведения как прямого проявления авторской человеческой индивидуальности. [6, с. 13] По этой причине страны континентальной правовой семьи придают понятию «авторство» и неэкономические характеристики (такие как моральные права на «атрибуцию» и «целостность» произведений).



Итак, представляется необходимым обсуждение последствий новых творческих процессов, в которых авторы извлекают выгоду из цифровой сетевой среды (онлайн-платформы), ставящих под сомнение традиционные концепции «авторства» и «правообладания».

Цифровые платформы как катализатор изменений в культуре

С момента появления музыкального магазина iTunes в 2001-м году и видеохостинга YouTube в 2005-м онлайн-платформы всё глубже проникают в культурную и художественную сферы общественной жизни. В этих средах различные категории пользователей полагаются на программное обеспечение, позволяющее им общаться, обмениваться и находить контент и услуги. [7, с. 2] Коммерческие платформы и появление Веб 2.0 постепенно превратили Интернет в рынок, где у создателей контента больше шансов реализовать свои моральные и экономические права, получить известность, привлекая обширную аудиторию и разрабатывая стратегии, позволяющие зарабатывать на своих творческих начинаниях. Это явление особенно заметно в музыкальном секторе, где технологические достижения и появление новых бизнес-моделей менее чем за 20 лет заставили эту отрасль перейти от компакт-дисков к виртуальным сервисам, обеспечивающим доступ к загрузке музыки, а позднее — к онлайн-трансляции. Поточковые платформы способствовали появлению новых форм потребления музыки, в которых приоритет отдается доступу, а не владению. [8, с. 51] Всё это создало проблемы охраны авторских прав.

Структурные различия между платформами: экономические и юридические вопросы и последствия

Различия в структуре онлайн-платформ порождают разные проблемы при создании контента. Основное различие заключается в способе предоставления доступа к культурному или художественному контенту. Медиаплееры iTunes, Spotify, Яндекс Музыка и другие сервисы по запросу работают как посредники между традиционными производителями контента и потребителями. Все предоставляемые работы лицензируются заранее, а сборы согласуются каждой



платформой с правообладателями индивидуально или коллективно. Эти сервисы действуют или как розничные торговцы постоянными цифровыми копиями (т. е. загрузками), или в качестве сервисов потоковой передачи на основе подписки, предоставляющей потребителям доступ к обширным коллекциям профессионально созданных произведений. Социальные сети позволяют своим пользователям создавать профиль, где каждый может публиковать контент и делиться им с другими пользователями, поэтому с точки зрения авторского права они гораздо сложнее.

С коммерческой точки зрения сущность бизнеса в социальных сетях не сильно отличается от бизнеса традиционных бесплатных телевизионных вещателей, чья прибыль поступает от рекламодателей, готовых платить за внимание потребителей. Основное отличие заключается в доступности для онлайн-платформ огромного количества персональных данных, постоянно генерируемых в результате потребления контента. Онлайн-платформы преобразовывают данные в соответствующие показатели, что позволяет нескольким креативным индустриям (особенно музыкальной) изменить свои бизнес-модели, превратив продукты в бесплатную услугу, основанную на персонализированной рекламе. [9, с. 125] Это относится, например, к YouTube или TikTok, основной доход которых основан на рекламе. Однако эти онлайн-сервисы отличаются от бесплатного эфирного телевидения, поскольку не несут редакционной ответственности или институциональных обязанностей по информированию, образованию и развлечению своей аудитории в соответствии с законодательством о СМИ. [10]

С юридической точки зрения, индустрия социальных сетей не требует от владельцев платформ получения авторского контроля над контентом, загружаемым их пользователями. Пользователи технически могут свободно загружать все типы контента, значительная часть которого является непрофессиональной, любительской работой. С самого начала компании социальных сетей полагались на освобождение от ответственности,



предоставляемое поставщикам веб-услуг, целью которого было обеспечение нейтральности интерактивных онлайн-сервисов и способствование их коммерческому росту. В этом правовом контексте авторское право потеряло актуальность, поскольку владельцы платформ социальных сетей не стремятся к контролю интеллектуальной собственности или эксклюзивности в отношении творческих работ, которыми они делятся через свои сервисы. Как основная правовая инфраструктура социальных сетей, условия предоставления услуг регулируют договорные отношения между пользователями платформы и поставщиками услуг и направлены на защиту авторских прав пользователей с помощью неисключительных лицензий. Владельцы платформ приобретают бессрочное, территориально неограниченное и бесплатное разрешение на использование всех авторских работ пользователей в своих сетях. В то же время пользователи обязуются создавать и загружать свои работы без использования и распространения несанкционированных материалов третьих сторон, неся прямую ответственность за возможные нарушения авторских прав. [11, с. 122] На этом регулирование ограничивается.

По сравнению с сервисами по запросу, платформы пользовательского контента сильнее влияют на традиционное авторское право, поскольку позволяют широкое несанкционированное использование произведений, несмотря на оформление прав при помощи принятия условий предоставления услуг платформ. Попыткой защитить европейский контент можно считать принятие статьи 17 Директивы (ЕС) № 2019/790 об авторском праве и смежных правах на едином цифровом рынке [12] и получение Судом ЕС возможности рассмотрения этого сложного положения с точки зрения свободы выражения мнений [13]. Закрепляя стандарт ответственности платформ социальных сетей за нарушения авторских прав, ст. 17 обязывает государства-члены ЕС напрямую возлагать на поставщиков услуг ответственность за произведения, публикуемые пользователями. Предполагалось, что платформы для обмена контентом слишком зависимы от европейских культурных индустрий. [14, с. 6]



Статья была направлена на решение крупномасштабной экономической проблемы путём сокращения «ценностного разрыва», созданного низкооплачиваемой или не оплачиваемой вовсе эксплуатацией творческих работ в социальных сетях.

С художественной точки зрения платформы сделали более простым и эффективным сотрудничество создателей друг с другом в совершенно новых форматах, средах и аудиториях. [15, с. 23] В коммерческом плане платформы генерируют и предоставляют аналитические данные о предпочтениях пользователей и моделях потребления, дающие медиа-конгломератам и индивидуальным создателям беспрецедентные возможности для производства контента, привлекательного для их клиентов или подписчиков и более прибыльного для поставщика услуг и создателя контента.

В то же время, платформы бросают вызов одной из важнейших функций авторского права — вознаграждению создателей за коммерческое использование их произведений. Суть новых медиа в том, что они могут размещать и делать доступным огромное количество цифрового контента, порождающее проблему «сверхвыбора». Это вынуждает платформы включать алгоритмы для гибкого и незамедлительного реагирования и настройки под личные предпочтения потребителей. Учитывая, что эти алгоритмы автоматически фильтруют, ранжируют и рекомендуют контент, влияя на его отображение и доступность для поиска, становится очевидно, что они не являются нейтральными. Это, в свою очередь, вызывает вопросы о том, как алгоритмы разработаны и настроены, и кто в конечном итоге принимает решения. [16, с. 115] Более того, структура платформ и сетевые эффекты усиливают динамику «победитель получает всё» и порождают саморазвивающиеся тренды, способствующие масштабируемости творческих работ на крупных цифровых рынках и вызывающие ещё больший разрыв в доходах между различными видами деятельности. [17, с. 54]



Серьёзной проблемой для авторов является оплата интеллектуального труда, которой препятствует условие секретности, пронизывающее функционирование платформенных алгоритмов, а также лицензионных соглашений или соглашений о монетизации. Учитывая, что платформы рассматривают гонорары, выплачиваемые создателям контента, как конфиденциальную информацию, интервью с авторами, агентами, авторскими обществами и их представителями, а также спонтанные публичные заявления контентмейкеров — единственные источники, с помощью которых можно получить представление о том, сколько каждая платформа платит им.

Вознаграждение авторов в сервисах по запросу намного выше, чем в социальных сетях. Часто создатели оригинального контента в социальных сетях не ищут возможности вознаграждения, а нацелены на приобретение и расширение онлайн-экспозиции для получения более высоких комиссионных за показ рекламы в рамках договорных отношений с крупной платформой.

Творческие люди часто создают новые работы только потому, что им нравится то, что они делают. Кроме того, большая часть творчества в настоящее время продвигается с помощью бесплатных лицензий, в том числе Creative Commons [18] и Универсальной общественной лицензии (General Public License) GNU, используемой для программного обеспечения с открытым исходным кодом. В основном потеря позиций авторского права — следствие структурных изменений в сфере цифровых медиа и исключительной переговорной силы ограниченного круга владельцев платформ. Такая ситуация вынудила правообладателей, особенно начинающих авторов, прибегнуть к монетизации или другим коммерческим стратегиям, таким как партнёрские отношения и спонсорство, чтобы в конечном итоге извлечь экономическую выгоду из своего присутствия на разных платформах.

Даже в сильно гармонизированных системах авторского права, таких как государства Европейского союза, права авторов на атрибуцию и целостность понимаются неодинаково. Это означает, что даже в юрисдикциях, где



отдельные создатели получают надёжную защиту в соответствии с законом, например, в системах, в целом следующих континентально-европейской модели авторского права, глобальные платформы могут легко свести к минимуму значимость моральных прав авторов и игнорировать вред, причиняемый их потенциальным нарушением. Необходимы решения, помогающие создателям сохранять информацию об их авторстве и правах собственности в цифровых архивах с возможностью поиска. Например, блокчейн и смарт-контракты могут помочь защитить права на атрибуцию в секторе изобразительного искусства, где подлинность важнее и экономически ценнее, чем само авторское право. [19, с. 22]

В экономике, где преобладают компании, занимающиеся анализом данных, экономические права авторов неизбежно будут неполными, то есть большой пласт информации, без которой они не могут понимать ценность и эффективность коммерческого использования своих произведений, будет им не доступен. Права авторов на доступ к этой информации должны быть реализованы с помощью правовой инфраструктуры самих цифровых платформ. Существующая аналитика количества просмотров или потоков работ авторов является единственной и очень поверхностной информацией, доступной через их учётные записи и благодаря партнёрству с платформой. Создателям неизвестно о масштабах использования личных данных на основе их произведений. Если платформы социальных сетей рассматривают контент как простую приманку для привлечения пользователей, установление права создателей на прозрачность и получение данных об использовании контента, которые до сих пор рассматривались как конфиденциальные, более чем оправдано. Хорошим шагом стало бы обязательство крупных контент-платформ создавать доступные внесудебные механизмы, позволяющие создателям разрешать свои споры с самой платформой и с другими пользователями эффективным, простым и недорогим способом.



Законодательство ЕС является пионером в этом отношении (ст. 17 Директивы об авторском праве 2019 года).

Выводы

Платформенная экономика вызывает вопросы о достаточности законодательства об авторском праве в его нынешней форме. Тем не менее авторское право достаточно гибко для выполнения своих традиционных функций в новой технологической среде. Например, моральные права авторов на атрибуцию и целостность по-прежнему важны для извлечения выгоды из деятельности в Интернете, защиты репутации и разработки новых бизнес-моделей. Для более эффективного выполнения своих функций неимущественные права должны быть согласованы на международном уровне, отражая глобальный охват социальных сетей, и реализованы с помощью внесудебных механизмов разрешения споров в качестве обязательного элемента правовой инфраструктуры каждой платформы.

В экономике доминирующих платформ правомочие законно контролировать и лицензировать произведения, защищённые авторским правом, не имеет большого значения, если создатели не имеют права доступа к данным об использовании своих произведений. Тот факт, что в ЕС законодатели установили повышенный уровень ответственности для платформ социальных сетей за широкий спектр нарушений авторских прав, показывает, что права авторов нуждаются в некоторой технической помощи и благоприятной нормативно-правовой среде.

Список литературы:

1. Полянская Е. М., Кадовбенко В. Д. История возникновения и развития авторского права в Российской Федерации и в зарубежных странах // Юридический вестник Самарского университета. 2018. Т. 4. № 4. С. 115–122.



2. Нурулаев Р. Т. Обоснование необходимости регулирования авторских прав в Интернете // Труды Института государства и права Российской академии наук. 2013. № 5. С. 91–101.
3. Соединённые Штаты Америки: Конституция и законодательные акты: [Пер. с англ. / Сост. В. И. Лафитский]; Под ред. и со вступ. ст. О. А. Жидкова. М. Прогресс: Универс. 1993. 768 с.
4. John Locke. The second treatise of government; Ed., with an introd. by Thomas P. Peardon. New York: Macmillan; London: Collier Macmillan, Cop. 1952. 139 с.
5. Гегель Г. В. Ф. Энциклопедия философских наук. Т. 2. Философия природы. М.: Мысль, 1975. 695 с.
6. Михайлов С. В. Презумпция творческого характера (оригинальности) объектов авторских прав // Lex Russica. 2021. №10 (179). С. 9–25.
7. Poell T. & Nieborg D. & van Dijck J. Platformisation // Internet Policy Review. 8(4). 2019. 13 p.
8. Luck G. The psychology of streaming: exploring music listeners' motivations to favour access over ownership. International Journal of Music Business Research. 5(2). 2016. Pp. 46–61.
9. Дорохов В. И., Корниенко А. В. Инновационные бизнес-модели. Бизнес-модель стриминговых сервисов / В. И. Дорохов, // Молодой ученый. 2019. № 19 (257). С. 124–129.
10. Васильева Л. В. Роль и функции СМИ в современном обществе // Вестник Амурского государственного университета. Серия: Гуманитарные науки. 2010. № 50. С. 109–112.
11. Янковский Р. М. Социальные сети: Вопросы защиты исключительных прав пользователей // Право интеллектуальной собственности: Сборник научных трудов / РАН, ИНИОН. Центр социального научно-информационного исследования Отделение правоведения; МГУ им. М.В. Ломоносова, Кафедра



предпринимательского права. М: Институт научной информации по общественным наукам РАН, 2017. С. 119–131.

12. Директива (ЕС) № 2019/790 Европейского парламента и Совета Европейского союза от 17.04.2019 об авторском праве и смежных правах на едином цифровом рынке и о внесении изменений в Директивы 96/9/ЕС и 2001/29/ЕС // URL: <https://www.wipo.int/wipolex/ru/text/513598>.

13. См. объединённые дела C-682/18 and C-683/18 Frank Peterson v Google LLC and Others and Elsevier Inc. v Cyando AG [2021] OJ // URL: <http://fra.europa.eu/en/caselaw-reference/cjeu-joined-cases-c-68218-and-c-68318-judgment>.

14. Proposal for a Directive of the European Parliament and of the Council on Copyright in the Digital Single Market // European Parliamentary Research Service. 2019. 14 p. // URL: https://www.europarl.europa.eu/RegData/etudes/BRIE/2016/593564/EPRS_BRI%282016%29593564_EN.pdf.

15. Осипов Ю. М., Юдина Т. Н., Гелисханов И. З. Цифровая платформа как институт эпохи технологического прорыва // Экономические стратегии. 2018. Т. 20, № 5(155). С. 22–29.

16. Назаров М. М. Платформы и алгоритмизация в медиа: содержание и социальные следствия // Коммуникология. 2020. Т. 8, № 2. С. 108–124.

17. Асадуллина А. В. Конкуренция между владельцами цифровых платформ в мировой экономике // Российский внешнеэкономический вестник. 2020. № 1. С. 51–59.

18. Measuring the size and state of the commons // Opensource.com. 2014 // URL: <https://opensource.com/life/14/11/state-commons>.

19. Нота Ла Диега Г. Блокчейн, смарт-контракты и авторское право // Труды Института государства и права Российской академии наук. 2019. Т. 14, № 3. С. 9–48.