

Толмачевська Юлія Олегівна,
студенка 2-го курсу освітньо-наукової магістратури
факультету цивільної та господарської юстиції
Національного університету «Одеська юридична академія»
Науковий керівник: д.ю.н., професор Харитонов Є.О.

ПРАВОВЕ РЕГУЛЮВАННЯ ВИКОРИСТАННЯ СОЦІАЛЬНИХ МЕРЕЖ: ЗАРУБІЖНИЙ ДОСВІД

Соціальні мережі вже не нове явище в сучасному світі. Відповідно до дослідження Global Web Indexу січні 2018 року соціальними мережами користується приблизно 3, 196 мільярдів осіб, це складає близько 42% від всього населення Землі (7, 593 мільярдів осіб) [1].

Згідно з інформацією наданою медійною платформою Укрінформ на травень 2018 року в Україні найпопулярнішою соціальною мережею є Facebook [2]. А відповідно до даних сайту gs.statcounter.com близько 87% [3] користувачів соціальних мереж також використовують Facebook. Серед лідерів соціальних мереж слід назвати Instagram, Twitter, LinkedIn, Snapchat.

На сьогодні, на жаль, в Україні не закріплено на нормативному рівні регулювання відносин, які виникають в соціальних мережах, оскільки законодавча база України значною мірою не встигає за стрімкою зміною реальності.

Найбільш розвиненою у цьому плані вбачається законодавча база Сполучених Штатів Америки. Тому пропонується ознайомитись з аналізом нормативно-правової бази, яка наразі є чинною у кожному штаті окремо.

Так, двома найбільш важливими законодавчими положеннями, на які слід звернути увагу при обговоренні юридичних зобов'язань на сайтах соціальних мереж є Розділ 512 Закону «Про захист авторських прав у цифрову епоху» та розділ 230 Закону «Про прихильність до комунікації» [4].

Розділ 512 знімає відповідальність за порушення авторських прав із веб-сайтів, які дозволяють користувачам публікувати контент, якщо на сайті є механізм, за допомогою якого власник авторських прав може вимагати видалення контенту, що порушує права. Сайт також не повинен отримувати фінансову вигоду, безпосередньо пов'язану з протиправною діяльністю.

Це створює цікаву проблему для більшості сайтів, які дозволяють користувачам публікувати музику, фотографії або відео. Наприклад, кілька власників вмісту, включаючи медіа-гіганта Viacom, подали до суду на YouTube, за порушення авторських прав, а YouTube захищаючись послався на розділ 512 Закону «Про захист авторських прав у цифрову епоху». Оскільки YouTube є дочірньою компанією Google, то її майбутній бізнес-план, передбачає розміщення реклами відповідно до типу відео, які користувачі переглядають

або шукають. Таким чином, якщо сайт передбачає це, він може мати фінансову вигоду, безпосередньо пов'язану з обміном матеріалами, захищеними авторським правом.

Ці випадки в даний час розглядаються в федеральних окружних судах США, і їх вирішення буде мати значний вплив на послуги, які пропонують соціальні мережі, а також їх бізнес-моделі.

Розділ 230 Закону «Про прихильність до комунікації» захищає веб-сайт від певної відповідальності, що випливає з публікації інформації, наданої іншою стороною даному сайту. Як правило, такий захист виникає в контексті дискредитації, конфіденційності, недбалості та інших претензій до сайту. Однак це не стосується кримінальної відповідальності, порушення авторських прав та інших претензій щодо прав інтелектуальної власності.

Таким чином, якщо користувач публікує наклепницький чи інший протизаконний вміст, Розділ 230 захищає соціальну мережу від певної відповідальності, яка виникає внаслідок публікації. З іншого боку, веб-сайти, які повністю або частково створюють чи розробляють спірну інформацію, вважаються «контент-провайдерами», які не користуються захистом Розділу 230.

Користувачі соціальних мереж не мають імунітету, наданого сайтам соціальних мереж відповідно до закону, тому вони повинні бути обережними, щоб завжди діяти належним чином, публікуючи повідомлення або файли на сайтах.

Основні сфери, де користувачі можуть потрапити у неприємності, – це публікування наклепницького контенту чи вмісту, який порушує права інтелектуальної власності. Оскільки для захисту користувачів немає імунітетів наданих певним законом, застосовуються стандартні норми, що стосуються наклепу та порушень.

Окрім того, слід вказати і на те, що хоча кожен розділ державного законодавства США щодо соціальних мереж застерігає роботодавців від запитування у співробітників або заявників їхні імена користувачів і паролі від соціальних мереж, близько 11 законопроектів також містять положення, що забороняють роботодавцям вимагати від працівників або заявників доступ до своїх особистих соціальних мереж у присутності біля працівника у цей момент роботодавця. Така практика, відома як «позаплечовий серфінг» дозволяє роботодавцю переглянути контент, який співробітник або заявник опублікував на Facebook або в іншій соціальній ЗМІ, не запитуючи прямо у співробітника його ім'я користувача або пароль. Хоча «позаплечовий серфінг» може виглядати менш нав'язливим, ніж вимагати пароль для соціальних мереж та вже чотири штати – Каліфорнія, Іллінойс, штат Орегон і Вашингтон – зробили

таку практику незаконною. Каліфорнія та Вашингтон не дозволяють роботодавцю навіть просити, щоб працівник або заявник заходив до соціальних мереж у присутності роботодавця [5].

Також слід звернути увагу на законодавчі новели, що впроваджуються у Сполученому Королівстві Великобританії. Воно вважає за доцільне сформувати нове законодавство, яке буде більш детально регулювати соціальні медіа. Міністр Культури та Цифрового простору Метт Ханкок заявив, що нові закони будуть запроваджені «в найближчі пару років». Вони будуть спрямовані на подолання ряду юридичних та незаконних Інтернет-«посягань», «кібербулінгу» (залякування в Інтернеті) та сексуальної експлуатації дітей у цифровому просторі [6].

Дане законодавство буде останньою спробою консервативного уряду Великобританії здійснювати більший контроль над Інтернет-простором. Слід також зазначити, що у 2016 році партія запровадила нові закони про нагляд, закріпивши (серед іншого), що інтернет-провайдери зберігають запис історії веб-браузера кожного громадянина.

Доволі цікавим та оригінальним є також підхід до питань захисту даних, який застосовується у Німеччині. Уповноважені з питань захисту даних у цій країні вимагають, щоб налаштування у соціальній мережі Facebook за замовчуванням базувались на принципі згоди – тобто за замовчуванням в налаштуваннях програмних продуктів має бути зазначено те, що дані користувача не збираються соціальною мережею [7].

Отже, провівши аналіз законотворчої практики деяких країн світу можна дійти висновку, що відносини, які склалися між соціальними мережами та їх користувачами найчастіше оточені досить жорсткими рамками відносно користувачів. Соціальні медіа доволі суворо регламентують своє положення та власні можливості щодо збору та розповсюдження персональних та цифрових даних користувачів, проте наразі несуть значно менше ризиків, ніж їхні користувачі, навіть не зважаючи на спроби таких провідних держав як Великобританія, США та Німеччина врегулювати й збалансувати такі відносини належним чином шляхом правового регулювання та захисту прав безпосередньо самих користувачів соціальних мереж.

Література:

1. У 2018-му люди проведуть в мережі мільярд років, – дослідження // Еспресо. – 2018. – Режим доступу: https://espresso.tv/news/2018/01/30/v_2018_lyudy_provedut_v_merezhi_milyard_r_okiv_statystyka.

2. ТОП-25 найпопулярніших в Україні сайтів // Укрінформ. – 2018. – Режим доступу: <https://www.ukrinform.ua/rubric-society/2455506-top25-najpopularnisih-v-ukraini-sajtiv.html>.
3. Найпопулярніші соціальні мережі в країнах СНД і світі // Marketer. – 2017. – Режим доступу: <https://marketer.ua/ua/top-social-media-2017/>.
4. Thomson Reuters. Understanding the Legal Issues for Social Networking Sites and Their Users / Thomson Reuters. – 2018. – Режим доступу: <https://technology.findlaw.com/modern-law-practice/understanding-the-legal-issues-for-social-networking-sites-and.html>.
5. T. Quackenboss R. Lesser-Known Social Media Legislation / Robert T. Quackenboss. – 2013. – Режим доступу: <https://www.huntonak.com/images/content/3/7/v3/3720/Lesser-Known-Social-Media-Legislation.pdf>.
6. Vincent J. The UK wants to police social media with new 'online safety' laws. – 2018. – Режим доступу: <https://www.theverge.com/2018/5/21/17375450/uk-social-media-online-safety-legislation-matt-hancock>.
7. Legal Aspects of the Use of Social Media. – 2013. – Режим доступу: https://www.haerting.de/sites/default/files/downloads/handout_legal_aspects_of_social_media_2013.pdf.