

doc. dr Sanja Radovanović
docent Pravnog fakulteta Univerziteta u Novom Sadu

AUTORSKO PRAVO I FEJSBUK, S POSEBNIM OSVRTOM NA PRAVO SRBIJE

Rezime: Od samog nastanka, Internet, kao globalna računarska mreža, predstavljao je sredstvo razmene informacija. Tu funkciju ostvaruje i danas. Ipak, komunikacija koja se odvija putem globalne računarske mreže značajno se razlikuje u odnosu na njenu pionirsku fazu. S jedne strane, broj korisnika računara je drastično povećan. Osim toga, spektar uređaja koji omogućavaju povezivanje je izuzetno širok. Tako, pored tradicionalnih računara, Internet je dostupan i na uređajima mobilne telefonije ili televizijskim prijemnicima. Drugim rečima, dostupan je svima i u svakom trenutku. Uz to, činjenica da moderne veb platforme omogućavaju aktivno učešće korisnika u kreiranju sadržaja dostupnih na Internetu, čini ovaj vid komunikacije dominantnim. Takav tehnološki ambijent inspirisao je internet posrednike da kreiraju nove usluge, povezivanje u društvene mreže. Za relativno kratko vreme, društvene mreže su se razvile u istinski društveni fenomen, koji je u mnogim svojim aspektima uzdrmao sad već tradicionalne principe savremenih pravnih sistema. U ovom radu zadržaćemo se samo na autorskopravno relevantnim pitanjima u vezi sa sadržajem koji generišu korisnici jedne od najbrojnijih društvenih mreža, Fejsbuk (Facebook). S tim u vezi, posebnu pažnju ćemo posvetiti međusobnom odnosu Uslova korišćenja usluge, sa kojima se korisnik prilikom registrovanja na mrežu saglašava, i zakonskim okvirima iskorišćavanja autorskog dela.

Ključne reči: Autorsko pravo. – Fejsbuk. – Iskorišćavanje autorskog dela. – Uslovi korišćenja Fejsbuk usluga. – Odgovornost za povredu autorskog prava na društvenoj mreži.

1. Uvodna razmatranja

Komunikacija koja se odvija putem Interneta zasnovana je na slobodi izražavanja i razmene ideja. U tom pogledu, između autorskog prava i Interneta postoji nužna povezanost, budući da na ovim premisama počiva i autorsko-pravna zaštita ljudskog stvaralaštva. Međutim, autorsko pravo, radi postizanja

cilja, garantuje svom titularu ostvarivanje imovinske koristi, čija je svrha dvojaka: nagrada za intelektualni rad i podsticaj daljeg stvaralaštva, kako samog autora, tako i društva u celini. Posmatrano iz tog ugla, Internet i autorsko pravo se nalaze na suprotstavljenim stranama modernog društva. Tehničko-tehnološki razvoj i brzina kojom se odvija protok informacija na globalnoj računarskoj mreži uslovile su značajan porast povreda autorskog prava i proširile mogućnosti takvih nedozvoljenih činjenja. Pritom, euforična atmosfera razmene različitog sadržaja putem Interneta ne jenjava ni decenijama nakon globalizacije računarske mreže. Štaviše, utisak je da se ona pojačava novim veb platformama i internet uslugama. Jedna od njih jeste i društveno umrežavanje. Uopšteno, društvena mreža predstavlja određeni broj ljudi koji se međusobno povezuju, putem računarske tehnologije, po osnovu istih ili sličnih interesa, a radi razmene informacija koja se odvija unutar grupe.¹ Pri tom, komunikacija koja se u okviru društvenih mreža odvija ne ograničava se samo na zadovoljavanje prirodne potrebe čoveka, kao socijalnog bića, za kontaktom sa drugima. Sve više do izražaja dolazi i njihova uloga u obavljanju poslovne delatnosti.²

Počeci nastanka društvenih mreža vezuju se za kraj XX veka.³ Danas su one izuzetno raznovrsne i rasprostranjene. Najbrojnija među njima, Fejsbuk (Facebook)⁴, prema podacima za poslednji kvartal 2015. godine, broji 1.590.000.000 aktivnih korisnika.⁵

Usluge Fejsbuka su vrlo raznovrsne: od komunikacijskih, preko zabavnih, do marektinških, što objašnjava i veliko interesovanje internet korisnika

1 J. Grbavac, V. Grbavac, „Pojava društvenih mreža kao globalnog komunikacijskog fenomena“, *Media, culture and public relations*, 5/2014, 2, 206.

2 „Društvene mreže, također imaju svoju ulogu i u marketingu, a služe i za web promociju, te razna oglašavanja koja se smatraju društveno odgovornim i izrazito ekološkim jer se ne troši niti papir, a nema niti otpada kojim zagađuje okolinu. One su zasnovane na internetskim i pokretnim tehnologijama za koje se svakodnevno razvijaju nove aplikacije i dodaci vezani za igru, ugodu i zabavu.“ J. Grbavac, V. Grbavac, *op.cit.*, 207.

3 Prvom društvenom mrežom smatra se SixDegrees.com. Nastala je 1997. godine, a okupljala je isključivo stare školske drugare (ali bez profila i vidljivih lista prijatelja). J. Grbavac, V. Grbavac, *op.cit.*, 210.

4 Društvena mreža Fejsbuk je osnovana 2004. godine. U početku je bila namenjena studentima Univerziteta Harvard, kojem je pripadala i grupa osnivača (među njima i Mark Zuckerberg), ali je vrlo brzo poprimila karakter globalne. O razvoju kompanije Fejsbuk vid. <http://newsroom.fb.com/company-info/>, 1. mart 2016.

5 Dostupno na adresi: <http://www.statista.com/statistics/264810/number-of-monthly-active-facebook-users-worldwide/>, 10. mart 2016.

za članstvo u ovoj mreži. S tim u vezi, od korisnika koji želi da otvori nalog, odnosno profil na Fejsbuku, se zahteva da se saglasi sa Uslovima korišćenja usluga, kojima se uređuju odnosi između korisnika i provajdera. Ti Uslovi se pretežno odnose na sadržaj koji korisnik objavljuje (postavlja) na svojim stranicama i prava koja u vezi sa njim ima Fejsbuk. Nama je posebno zanimljiv segment autorskog prava.

Naime, sadržaj koji korisnici Fejsbuka postavljaju na svoje profile uglavnom se sastoje od teksta, video snimaka, fotografija, audio zapisa. Razumljivo, ovakav sadržaj može da predstavlja duhovni izraz njegovog tvorca, te da ispunjava i uslove autorskopravne zaštite. Na određeni način, postavljanjem sadržaja na Fejsbuk, korisnik-autor izražava nameru da svoju tvorevinu saopšti i drugim licima, najčešće onima koji ulaze u krug njegovih prijatelja. Međutim, činom objavljivanja dela na društvenoj mreži, korisnik, saglasno Uslovima korišćenja usluge, ustupa Fejsbuku pravo da delo iskorišćava. Ova okolnost značajno sužava pravo autora, a istovremeno ga postavlja u loše pregovaračke pozicije u pogledu eventualne mogućnosti ekonomskog iskorišćavanja dela.⁶

Osim toga, dostupnost dela na društvenim mrežama čini delo „ranjivim“. Jednostavnim klikom na opciju „podeli“ (engl. *share*), krug prijatelja kojima je autor prvobitno delo saopštio se u sekundama umnožava i do nekoliko hiljada puta.⁷ Autorsko delo postaje „društveno“, ili još preciznije „globalno“. Imajući u vidu da su, s pravnog aspekta, Uslovi korišćenja usluge generator takvih aktivnosti, smatramo praktično značajnim osvrnuti se na njihov odnos sa zakonskim odredbama o autorskopravnoj zaštiti.

6 J.G. Alm, „Sharing Copyrights: The Copyright Implications of User Content in Social Media“, *Journal of Public Law and Policy*, 35/2014, 106

7 To je naročito alarmantno u onim slučajevima u kojima se iskorišćavanje dela povezuje sa komercijalizacijom korisničkih strana, kao što je plaćanje oglašivačkog prostora (čija se vrednost, pak, određuje spram broja poseta, „sviđanja“ i sličnim parametrima). Slikovit primer jeste video snimak Džeja Lihtenbergera (Jay Lichtenberger), koji je postavljen na sajtu YouTube, a podeljen putem Fejsbuk stranica brojnih poznatih ličnosti. Najveći broj pregleda ostvaren je upravo na stranicama pevača Tyrese Gibson, koji je sporni sadržaj objavio bez saglasnosti autora. R. Price „Facebook’s new video business is awash with copyright infringement and celebrities are some of the biggest offenders“, dostupno na adresi: <http://www.businessinsider.com/facebook-copyright-infringement-facebook-content-id-celebrities-2015-5>, 1. mart 2016. Vid. još: R. Price, „Facebook’s copyright infringement epidemic“, dostupno na adresi: <http://www.dailydot.com/entertainment/facebook-video-content-id-copyright-infringement/>, 1. mart 2016.

2. Autorsko pravo u okviru društvene mreže Fejsbuk

2.1. Sadržaj postavljen na Fejsbuku, kao autorsko delo

Autorsko delo, kao predmet autorskopravne zaštite, predstavlja originalnu duhovnu tvorevinu autora, izraženu u određenoj formi, bez obzira na umetničku, naučnu ili drugu vrednost, njegovu namenu, veličinu, sadržinu i način ispoljavanja, kao i dopuštenost javnog saopštavanja njegove sadržine.⁸ Sledstveno, da bi sadržaj koji korisnik postavlja na svoj Fejsbuk profil uživao autorskopravnu zaštitu, potrebno je da ispunjava navedene uslove.

U kontekstu ovog rada, uslove autorskopravne zaštite ćemo posmatrati u vezi sa različitim vrstama sadržaja koje korisnici najčešće postavljaju.

Najpre, uslov da sadržaj predstavlja originalnu duhovnu tvorevinu autora, odnosno da je proizvod ljudskog stvaralaštva, odnosi se na pitanje da li je korisnik, u njegovom stvaranju, koristio sopstveni rad, ili je sadržaj već postojao u prirodi, pa ga je korisnik samo zabeležio ili predstavio.⁹ Pri tom, korisnik ne mora na isključiv način da stvara sopstvenim radom. Moguće je, a u računarskom svetu se i podrazumeva, da se korisnik u određenoj meri oslanja na različite uređaje ili sredstva, kojima izražava rezultate svog intelektualnog stvaralaštva. S tim u vezi, pitanje da li je u stvaranju određenog sadržaja doprinos rada korisnika dovoljan da se takav sadržaj kvalifikuje kao ljudsko stvaralaštvo zavisi od okolnosti da li je u konkretnom slučaju prepoznatljiva individualna kretativnost tvorca ili je delo rezultat mašinskog procesa.¹⁰ Iako je ponekad vrlo teško opredeliti granicu između ljudskog i mašinskog, u pogledu ovog uslova mogli bismo da zaključimo da je sadržaj koji korisnici postavljaju na Fejsbuk profile uglavnom proizvod njihovog rada.

Oцена originalnosti zavisi od pitanja da li korisnici odnosni sadržaj stvaraju nezavisno jedni od drugih, odnosno od već postojeće kulturne baštine, te da li je takav sadržaj „strogo determinisan spoljnim okvirima koji ne ostavljaju prostor za izražavanje lične duhovne individualnosti onoga koji radi.“¹¹ Drugim rečima, originalnost pretpostavlja individualnost njegovog tvorca, mogućnost da se stvoreno delo njemu pripiše.

8 Čl. 2. st. 1. Zakona o autorskom pravu i srodnim pravima (ZASP), *Službeni glasnik Republike Srbije*, br. 104/2009, 99/2011. i 119/2012.

9 S. Marković, D. Popović, *Pravo intelektualne svojine*, Beograd 2013, 36.

10 S. Marković, *Autorsko pravo i srodna prava*, Beograd 1999, 119.

11 S. Marković, D. Popović, *op.cit.*, 37

Kako je najčešće reč o aktivnostima korisnika koje se svode na postavljanje komentara, sopstvenih video zapisa ili fotografija, uslov originalnosti u pogledu nezavisnog stvaranja dela može, bez većih dilema, da bude zadovoljen. Manje je, međutim, zastupljen sadržaj koji ispunjava i suštinski element originalnosti – individualnost njegovog tvorca, bez kojeg se ni sadržaj korisnika ne može smatrati autorskim delom.¹²

Ovo je naročito slučaj sa fotografijama i video zapisima koji pretežno predstavljaju samo beleženje određenih događaja korisnika, ali ne i duhovni izraz onoga koji je koristio tehnička sredstva za takva beleženja.¹³

Slično, kada je reč o komentarima ili statusima, kao obliku literarnog stvaralaštva na Fejsbuku, dilema u vezi sa kvalifikovanjem ovakvih sadržaja kao autorskopравnih tiče se prvenstveno obima u kojem oni predstavljaju individualni izraz stvaralaštva. Razlog tome leži u činjenici da je najčešće reč o kratkim, jezičkim izrazima ličnog doživljaja sopstvenog dela ili onog koje je postavio drugi korisnik. Zapravo, najčešće je reč o uobičajenoj komunikaciji. Zbog toga se pitanje originalnosti svakako čini spornim. Naime, originalnost predstavlja uslov autorskopравne zaštite. Proizvod ljudskog stvaralaštva koji, uz druge navedene, zadovoljava ovaj uslov, predstavlja autorsko delo. Međutim, iako se autorskopравna zaštita prostire na delo u celini i u njegovim delovima, njome su zapravo obuhvaćeni samo originalni elementi tvorevine. Stoga, s obzirom na to da je reč o kratkim sadržajima, malo je verovatno da će u takvom stvaralaštvu doći do izražaja neophodna individualnost tvorca. Naravno, kratki komentari ili objavljeni statusi korisnika ne isključuju se *a priori* iz autorskopравne zaštite, već se utvrđenje uslova zaštite čini zahtevnijim zadatkom.

Nadalje, individualnost, kao pretpostavka uslova originalnosti, stoji u neposrednoj vezi sa duhovnim sadržajem koji autorsko delo mora da ima.

12 W. Clark, „Copyright, Ownership and Control of User-Generated Content on Social Media Websites“, dostupno na adresi: <http://www.kentlaw.edu/perritt/courses/seminar/papers%202009%20fall/Jerry%20clark%20final%20Copyright,%20Ownership,%20and%20Control%20of%20User-Generated%20Content%20on%20Social%20Media%20Websites.pdf>, 12. februar 2016.

13 Primera radi, neobičan ugao fotografisanja, različito osvetljenje ili senka na određenim objektima, ambijent u kojem se fotografija sačinjava, izbor garderobe ili nakita, naglašavanje određenih momenata u kadru i slično mogu da budu kriterijumi razlikovanja autorskopравno zaštićenih fotografija od onih koje to nisu. Vid. odluku u predmetu *Mannion v. Coors Brewing Co.*, 377 F. Supp. 2d 444, 455 (S.D.N.Y. 2005), dostupno na adresi: http://cyber.law.harvard.edu/people/tfisher/IP/2005_Mannion.pdf, 12. februar 2016.

Sledstveno, sadržaj koji korisnik postavlja mora da bude namenjen racionalnim ili emotivnim (zajednički – duhovnim) doživljajima drugih korisnika.¹⁴ Pri tom, navedeni duhovni značaj korisnici treba da crpe neposredno iz postavljenog sadržaja.

Konačno, da bi originalna ljudska tvorevina uživala status autorskog dela, potrebno je da bude izražena u određenoj formi, odnosno da bude materijalizovana. Materijalizacija, pak, ne pretpostavlja materijalnu, telesnu formu¹⁵, već se ogleda u okolnosti da je delo napustilo intelektualnu sferu njegovog tvorca i postalo pristupačno čulima drugih. Sledstveno, postavljanje sadržaja na društvene mreže predstavlja način njegovog izražavanja. Ukoliko takav sadržaj ispunjava i ostale navedene uslove, reč je o autorskom delu, odnosno o autorskopravno zaštićenom sadržaju. Osim toga, autorsko delo može da nastane i u fizičkom, realnom okruženju, a da se putem Fejsbuka javnosti samo saopštava. I ove situacije su obuhvaćene analizom autorskog prava na navedenoj društvenoj mreži.

2.2. Autorskopravna ovlašćenja na društvenoj mreži Fejsbuk

Trenutak materijalizacije originalne duhovne tvorevine, odnosno autorskog dela predstavlja istovremeno trenutak nastanka autorskog prava. Drugim rečima, od tog momenta autor stiče niz ovlašćenja isključivog karaktera, imovinskopravne i ličnopravne prirode. U savremenom društvu ta isključiva ovlašćenja, bar kada je reč o onim vrstama stvaralaštva koja su zastupljena na Fejsbuk društvenoj mreži, možemo svesti uglavnom na sledeća: ovlašćenje na priznanje autorstva¹⁶, ovlašćenje na naznačenje imena autora¹⁷, ovlašćenje na objavljivanje dela¹⁸, ovlašćenje na zaštitu integriteta dela¹⁹, ovlašćenje na suprotstavljanje nedostojnom korišćenju dela²⁰, ovlašćenje na umnožavanje dela²¹,

14 S. Marković, D. Popović, *op.cit.*, 36

15 Uslov da autorsko delo bude izraženo u materijalnoj formi postoji u pojedinim nacionalnim zakonodavstvima, kao što je, primera radi, pravo Sjedinjenih Američkih Država. Navedeno prema: S. Marković, D. Popović, *op.cit.*, 37.

16 Čl. 14. ZASP.

17 Čl. 15. ZASP.

18 Čl. 16. ZASP.

19 Čl. 17. ZASP.

20 Čl. 18. ZASP.

21 Čl. 20. ZASP.

ovlašćenje na stavljanje primeraka dela u promet²², ovlašćenje na davanje primeraka dela u zakup²³, ovlašćenje na javno saopštavanje uključujući interaktivno činjenje dela dostupnim javnosti (tzv. internet odredba)²⁴, ovlašćenje na prilagođavanje, aranžiranje i drugu izmenu dela (prerada dela)²⁵.

Autor, kao izvorni nosilac, nadalje raspolaže svojim isključivim ovlašćenjima imovinskopravne prirode. Ukratko, on je slobodan da odluči da li će ili neće ustupiti ovlašćenja koja čine sadržinu njegovog prava, na koji vremenski period, u kom obimu, na isključiv ili na neisključiv način. Međutim, kada se materijalizacija autorskog dela vrši na društvenoj mreži, kao što je Fejsbuk, isključivo autorsko pravo dobija drugačije obrise. Autorskopravna zaštita sada se smešta u okvire ugovora, koji autor zaključuje sa Fejsbukom.

Naime, iako korisnik-autor ugovor zaključuje radi otvaranja profila putem kojeg će komunicirati sa ostalim korisnicima ove društvene mreže (registrovanje na mrežu), Uslovi korišćenja usluga Fejsbuka, koje čine sastavni deo pomenutog ugovora, sadrže odredbe kojima se zapravo uređuju, između ostalog, i odnosi koji nastaju povodom autorskopravno zaštićenog sadržaja. Na njima ćemo se posebno zadržati.

3. Uslovi korišćenja usluga društvene mreže Fejsbuk u kontekstu autorskog prava korisnika

3.1. O pravnom dejstvu Uslova korišćenja usluga društvene mreže Fejsbuk

Registrovanje fejsbuk profila odvija se u nekoliko koraka: unošenje identifikacionih podataka (kada je reč o profilu: lično ime i prezime), broja mobilnog telefona ili adresu elektronske pošte, predlog lozinke za pristup nalogu i, na kraju, pritisak na upadljivo polje „Registruj se“, kojim se postupak registracije okončava.²⁶

22 Čl. 21. ZASP.

23 Čl. 22. ZASP.

24 Čl. 30. ZASP.

25 Čl. 31. ZASP.

26 Registrovanje naloga moguće je na adresi: <https://www.facebook.com/?sttype=lo&jlou=Afej-D74jQA18jZyjj5SvYC3GXhftM0HMXXJBrLT4mabtnzWlBd4g5bu0s6setB4lmbWj08dP7ble4Q5gg9gelH5&smuh=44018&lh=Ac8Fdo8FAOpuWZUC>, 22. januar 2016.

Na samoj stranici na kojoj se registracija vrši, pre nego što odabere opciju za registraciju, korisniku se predočava da se izborom navedene opcije saglašava sa „Uslovima korišćenja“ i potvrđuje da je upoznat sa „Politikom zaštite podataka“ i „Korišćenja „kolačića“. Drugim rečima, potvrđivanjem registracije profila, između korisnika i kompanije Fejsbuk nastaje ugovorni odnos, čija sadržina je unapred određena. Sledstveno, korisnik pristupa ugovoru, takvom kakav je, i nema mogućnost da utiče na njegovu sadržinu. Reč je, dakle, o ugovoru po pristupu.²⁷ Već sama ta činjenica navodi nas da analiziramo do koje mere, odnosno pod kojim uslovima i u kom obimu odredbe ovog ugovora, a u kontekstu rada posebno značajnih Uslova korišćenja usluge, predstavljaju obavezujući okvir za korisnika.

Ugovori po pristupu, po svojoj prirodi, predstavljaju pravno valjan okvir obavezivanja. Njihovo zaključivanje vezano je pretežnim delom za delatnosti u kojima je učestalost ugovaranja posebno izražena, a uslovi koje jedna strana nudi su isti za sve saugovarače. Time se značajno ubrzava pravni promet roba i usluga. Činjenica da jedna strana ugovoru samo pristupa ne narušava princip građanskog prava o ravnopravnosti ugovornih strana, jer ugovorna strana, pristupnik, ipak ima mogućnost izbora da se sa ponuđenim uslovima saglasi (u celini) ili ih odbije. Ipak, ovakav način zaključivanja ugovora predstavlja relevantnu okolnostu u pogledu pitanja koja se odnose na tumačenje ugovora²⁸, ali i na obavezujuće dejstvo akata na koje se sam ugovor poziva, odnosno koji čine njegovu sadržinu.²⁹ Reč je, zapravo, o opštim uslovima poslovanja, po svojoj prirodi, autonomnim opštim aktima. Kompanija Fejsbuk pravila poslovanja uređuje nekolicinom međusobno povezanih akata. Mi ćemo, za potrebe ovog rada, naročitu pažnju posvetiti Uslovima korišćenja usluga³⁰, a na preostale ćemo se osvrnuti u meri u kojoj je to potrebno.

Prema opštim pravilima ugovornog prava, da bi Uslovi korišćenja usluga imali obavezujuće dejstvo, potrebno je da korisnik bude upoznat sa njihovom sadržinom ili da je prema okolnostima zaključenja ugovora morao da bude upoznat.

Ukoliko se osvrnemo na činjenicu da je ugovor između korisnika i kompanije Fejsbuk, koja pruža usluge društvenog umrežavanja, zaključen putem

27 J. Salma, *Obligaciono pravo*, Novi Sad 2007, 340.

28 Čl. 100. Zakona o obligacionim odnosima (ZOO), *Službeni list SFRJ*, br. 28/78, 39/85, 45/89, *Službeni list SRJ* br. 31/93, *Službeni list SCG*, br. 1/2003, *Službeni glasnik RS*, br. 98/06.

29 Čl. 142. ZOO

30 Dostupno na adresi: <https://www.facebook.com/legal/terms>, 21. januar 2016.

Interneta, u formi sve zastupljenijeg tzv. *web-wrap* ili *browse-wrap*³¹ ugovora, neizbežno je ukazati na polazne premise u oceni njegove punovažnosti.

Naime, sporna pitanja vezana za ovaj način zaključivanja ugovora odnose se upravo na pitanje da li su strani koja pristupa ugovoru, ovde korisniku, bili ili morali biti poznati uslovi ugovora koje zaključuje. Kako enter-ugovori nisu regulisani na izričit način zakonskim odredbama, u pogledu njihove punovažnosti potrebno je osvrnuti se upravo na opšta pravila ugovornog prava. U tom smislu, odgovor na pitanje da li uslovi korišćenja usluge obavezuju korisnika zavisi od činjenice da li se korisnik upoznao, odnosno morao upoznati sa njihovom sadržinom.³² Za nas je od posebnog značaja alternativni uslov: korisnik je morao biti upoznat.

Kako je to već napred objašnjeno (a korisnicima poznato), nakon unošenja podataka, da bi se okončao postupak otvaranja profila, odnosno registrovanja, dovoljno je da korisnik izabere konačnu opciju na odnosnoj veb stranici, koja je pri tom vizuelno naglašena, i time postaje deo društvene mreže. Za razliku od brojnih sličnih ugovora koji su se u praksi javljali u pogledu licenciranja računarskih programa,³³ postupak registrovanja na Fejsbuk društvenu mrežu moguće je okončati i bez prethodnog izričitog saglašavanja sa Uslovima korišćenja. Drugim rečima, internet stranica na kojoj se nalaze relevantni Uslovi nije, u tehničkom smislu, postavljena na način da njeno otvaranje predstavlja korak ka registrovanju korisnika, već se korisnik samo obaveštava da klikom na opciju „Registruj se“ prihvata Uslove korišćenja i potvrđuje da ih je pročitao. Istina, u istom tekstu obaveštenja, koji je pri tom sačinjen nesrazmerno malim slovima u odnosu na preostali deo početne strane, postavljena je i veza ka odnosnom sadržaju. Dakle, registrovanje je moguće i bez prethodnog upoznavanja korisnika sa obavezujućom sadržinom. Ipak, okolnost da je pružalac usluga, Fejsbuk, omogućio korisniku pristup relevantnim aktima svakako umanjuje ovu manjkavost postupka registracije i ocenu obavezujućeg dejstva Uslova usmerava na pitanje savesnosti, odnosno nesavesnosti korisnika.

31 Kod ove vrste ugovora, za koje u srpskom jeziku ne postoji adekvatan prevod, uslovi zaključivanja se ne navode uz ponuđenu robu ili uslugu, već se korisnik upućuje na link putem kojeg može da se upozna sa sadržinom opštih uslova poslovanja. Ova obaveštenja predstavljaju osnov pretpostavke da je korisnik preuzimanjem robe ili započinjanjem korišćenja usluge izjavio svoju saglasnost i sa ovim uslovima. Vid. S. Radovanović, *Ugovor o licenci softvera*, Beograd 2012, 117.

32 S. Radovanović, *Ugovor o licenci softvera*, 102-119.

33 S. Radovanović, *Ugovor o licenci softvera*, 119.

U tom smislu, pak, savesnim korisnikom bi se smatrao onaj korisnik koji je postupao sa potrebnom pažnjom prilikom zaključivanja ugovora, odnosno koji je ocenio sve okolnosti pod kojima se pravno obavezuje prema drugom subjektu. U suprotnom, korisnik bi se smatrao nesavesnim, te se ne bi mogao pozvati na činjenicu da mu obavezujući uslovi korišćenja usluge nisu bili poznati. Uz to, pošto se savesnost ceni prema okolnostima konkretnog slučaja, mogli bismo dodatno u prilog obavezujućeg dejstva Uslova istaći i činjenicu da, u današnjem društvu, korisniku nikako nije moglo biti nepoznato da kompanija Fejsbuk, kao najbrojnija društvena mreža, posluje pod određenim uslovima. Korisnik je, zapravo, mogao očekivati da će njegovo umrežavanje biti podvrgnuto posebnim pravilima ponašanja u okviru internet zajednice kojoj želi da se priključi. Zahtev savesnosti korisnika svakako ukazuje na njegovu obavezu da se sa tim uslovima upozna. Naravno, pretpostavka je da su mu oni (uslovi) dostupni, što konkretno jeste slučaj. Ipak, način na koji se oni objavljuju, te činjenica da na samoj veb stranici za registraciju ne postoji verzija za štampu, upućuje na to da je kompanija Fejsbuk svesno marginalizovala korisniku najznačajnije uslove registracije.

3.2. „Deljenje“ (sharing) sadržaja i informacija putem usluga Fejsbuka

Pošto smo utvrdili načelno pravno obavezujuće dejstvo Uslova, iz razloga koji su prethodno navedeni, u predstojećem delu ćemo se zadržati na relevantnim odredbama.

U vezi sa autorskim pravom, posebno nam je značajna odredba drugog odeljka „Deljenje sadržaja i informacija“ Izjave o pravima i obavezama³⁴, koja glasi:

„Vi ste vlasnik svog sadržaja i svih informacija koje objavite putem usluge Fejsbuk i možete da upravljate načinima deljenja istih koristeći postavke privatnosti i aplikacija.

34 Izjava o pravima i obavezama (*Statement of Rights and Responsibilities*) jeste naziv dokumenta na koje se upućuje na početnoj strani Fejsbuka, prilikom registracije. Međutim, ova Izjava predstavlja sastavni deo Uslova korišćenja usluga, koji obuhvataju niz akata (Principi Fejsbuk usluge, Politika o privatnosti, itd.). Stoga ćemo u daljem tekstu najčešće koristiti opšti termin – Uslovi korišćenja usluga.

Pored toga:

- 1. U slučaju sadržaja koji je zaštićen pravima intelektualne svojine, poput fotografija i video zapisa (IP sadržaj), dajete nam sledeću, izričitu dozvolu, u skladu sa vašim postavkama privatnosti i aplikacija: dodeljujete nam neekskluzivnu, prenosivu dozvolu koja se može podlicencirati, za koju se ne plaća naknada i koja važi za ceo svet, da koristimo bilo koji sadržaj koji postavite u usluzi Fejsbuk ili u vezi sa tim (IP dozvola). Ta IP dozvola prestaje da važi kada izbrišete IP sadržaj ili nalog, osim u slučaju da je sadržaj već podeljen sa drugima, koji isti nisu izbrisali.*
- 2. Kada izbrišete IP sadržaj, on se briše na način sličan pražnjenju korpe na računaru. Međutim, razumete da uklonjeni sadržaj može da zaostane u rezervnim kopijama tokom određenog, razumnog vremenskog perioda (tokom kog neće biti dostupan drugim licima).³⁵*

3.2.1. Ko je titular autorskog prava na zaštićenom sadržaju u okviru društvene mreže Fejsbuk?

Prvom odredbom ovog odeljka se ističe da korisnik (odnosno autor) zadržava sva prava u vezi sa sadržajem koji je postavljen na društvenu mrežu. Međutim, u daljem tekstu istog odeljka se predviđa da korisnik-autor daje kompaniji Fejsbuk saglasnost da iskorišćava objavljeni (postavljeni) sadržaj, odnosno ustupa kompaniji vršenje svog prava na neisključiv način, uz mogućnost daljeg prenosa ove saglasnosti bez naknade, koje (iskorišćavanje) nije teritorijalno ograničeno.

Opseg navedenog ustupanja autorskopравnih ovlašćenja je postavljen toliko široko, da titularu ne ostavlja mnogo prostora za vršenje sopstvenog prava. Štaviše, u određenim aspektima dolazi do izražaja nezanemarljiva protivrečnost. Stoga se postavlja pitanje primenljivosti, odnosno punovažnosti ovakvog ustupanja.

35 Citirani odeljak predstavlja zvanični (od strane kompanije Fejsbuk) prevod teksta Uslova korišćenja usluge sa engleskog jezika na srpski. Međutim, u ovom prevodu postoje izvesna odstupanja u odnosu na originalnu verziju, te imajući u vidu uvodni deo Uslova kojom se izričito ukazuje da se u takvom slučaju primenjuje originalna verzija, u radu ćemo se rukovoditi upravo njom. Potreba da se citira srpska verzija nametnuta je činjenicom da veliki broj korisnika Fejsbuka na ovoj društvenoj mreži komunicira putem srpske verzije stranice, uz upotrebu alatki (takođe) na srpskom jeziku.

Tako, kako smo već objasnili, registriranjem korisnika Fejsbuk stiće saglasnost za iskorišćavanje korisničkog sadržaja na neisključiv način, pa i onog koji je zaštićen autorskim pravom. Prvo pitanje koje se u vezi sa ovim postavlja jeste da li je ovakvo raspolaganje moguće za dela koja još nisu nastala, pošto još nije ni započeto korišćenje usluge.

Prema našem Zakonu, ustupanje imovinskih ovlašćenja za delo koje još nije stvoreno dozvoljeno je samo ukoliko su u trenutku raspolaganja određeni vrsta budućeg dela i radnje njegovog iskorišćavanja. Ustupanje ovih ovlašćenja za sva buduća dela jednog autora, kao i za još nepoznate (u objektivnom smislu) oblike iskorišćavanja je ništavo.³⁶ Kada je reč o delima koja su nastala u realnom svetu, a na Fejsbuku se samo saopštavaju drugima, čini se da primeni ove odredbe nema mesta. Već započinjanjem korišćenja usluge, korisnik bi morao da bude upoznat sa činjenicom da internet posrednik raspolaže pravom da delo iskorišćava. Sporno je, međutim, da li takva saglasnost proizvodi dejstvo i za dela koja su nastala na Fejsbuku, budući da, u trenutku kada je ona data, ona nisu postojala. To bi, primera radi, mogao biti slučaj sa statusima korisnika koji ispunjavaju uslove autorskoppravne zaštite.

Dalje, neisključiv način raspolaganja sa kojim se korisnik saglašava prilikom registracije, sam po sebi, praktično ne predstavlja značajno sužavanje autorskog prava. Međutim, kompanija Fejsbuk neisključivu licencu dalje opredeljuje kao neopozivu i prenosivu. Ukoliko posmatramo ovu saglasnost sa navedenim atributima, nužno nam se nameće potreba za tumačenjem odnosne odredbe.

Kod neisključive (proste) saglasnosti, sticalac ugovorom zapravo pribavlja dozvolu za preduzimanje određenih radnji, odnosno vršenje ovlašćenja, sa relativnim dejstvom (*inter partes*). On nema aktivnu legitimaciju da se suprotstavlja istovetnom iskorišćavanju od strane trećih lica, još manje davaoca, niti da dalje raspolaže ustupljenim ovlašćenjem.³⁷ Nasuprot tome, isključivom saglasnošću autor ustupa sticaocu ovlašćenje iskorišćavanja koje deluje prema svima (*erga omnes*). Dakle, sticalac je snabdeven subjektivnim pravom apsolutne prirode, koje sadržinski odgovara ustupljenom ovlašćenju, odnosno ovlašćenjima.³⁸ Sledstveno, on može dalje njima da raspolaže, da ih u celini ili delimično ustupa drugim subjektima ili, pak, prenese. Ipak, u vezi sa daljim

36 Čl. 66. ZASP.

37 Čl. 62. st. 3. ZASP.

38 Čl. 62. st. 2. ZASP.

prometom zaštićenog sadržaja, isključivi sticalac ima jedno ograničenje koje proizlazi iz autorskopravne prirode ustupljenog ovlašćenja, bar kada je reč o pravnim sistemima kontinentalne Evrope, koje prihvataju monistički koncept autorskog prava.³⁹ Naime, on načelno može dalje da ustupa ili prenosi ugovorom stečeno pravo, u celini ili delimično, ali je neophodno da za takva raspolaganja pribavi saglasnost autora ili njegovih naslednika.⁴⁰

Objašnjenje navedenog pravila proizlazi neposredno iz okolnosti da je autor isključivi nosilac ličnopравnih ovlašćenja, koja su neprenosiva i neodvojiva komponenta autorskog prava. Stoga, ovlašćenje autora da dozvoli ili ne dozvoli promenu subjekta njegovih imovinskih ovlašćenja, ima za cilj da zaštiti njegovu ličnost i u onim slučajevima kada se, makar privremeno, „odrekao“ svojih imovinskih ovlašćenja. Prirodno, korisnik-autor se ne može odreći ovog ovlašćenja da utiče na dalje raspolaganje njegovim pravom. Sledstveno, korisnik-autor se ne može unapred saglasiti niti u pogledu nepoznatih subjekata kojima se njegovo pravo dalje prometuje, niti u pogledu dela koja još nisu ni nastala. Sledstveno, sporna odredba Uslova korišćenja ne daje jasno značenje da li je ustupanje neisključivo (u kom slučaju nije prenosivo) ili je isključivo.

Istina, većina savremenih pravnih sistema poznaje određene slučajeve u kojima takva saglasnost proizlazi iz ugovora između autora i nosioca autorskog prava. Takav je slučaj sa ugovorom o narudžbi računarskog programa⁴¹, te sa delima nastalim u radnom odnosu⁴². U svakom od navedenih slučajeva, poverilac određene činidbe iz ugovora, koja rezultira nastankom autorskog dela ili je autorsko delo predmet prestacije, postaje isključivi nosilac imovinske komponente autorskog prava (na određeno vreme ili trajno). Ovo normativno rešenje nametnuto je praktičnom potrebom da se zaštite privredni interesi subjekta koji je uložio finansijska sredstva u stvaranje autorskog dela, radi njegovog daljeg iskorišćavanja.

To svakako ne može biti slučaj sa delima koja se postavljaju na Fejsbuk stranice. Razlog tome prvenstveno leži u primarnoj funkciji usluge koju ova kompanija pruža i u okviru koje je delo nastalo: komunikacija, odnosno razmena informacija.

39 S. Marković, *Autorsko pravo i srodna prava*, Beograd 1999, 106.

40 Čl. 62. st. 2. i čl. 64. st. 1. ZASP.

41 Čl. 95. st. 3. ZASP.

42 Čl. 98. st. 1. ZASP.

Na kraju, ukoliko pri opredeljivanju da li je kompanija Fejsbuk imala u vidu neisključivo ili isključivo sticanje imovinskopravnih ovlašćenja na korisnikovom sadržaju, iz razloga koje smo prethodno naveli, može se zaključiti da je reč o neisključivom ustupanju. Štaviše, do istog rezultata dolazimo i ukoliko u vidu imamo pravila tumačenja ugovora po pristupu: nejasne odredbe tumače se u korist strane koja je ugovoru pristupila.⁴³ Isto tako, u sumnji o sadržini i obimu prava koje se ustupa, odnosno prenosi autorskim ugovorom, smatra se da je ustupljeno, odnosno preneseno manje prava.⁴⁴

3.2.2. Obim ustupljenog iskorišćavanja autorskog dela na društvenoj mreži Fejsbuk

Kako je već navedeno u citiranom odeljku, kompanija Fejsbuk može da iskorišćava zaštićeni sadržaj, bez obaveze plaćanja naknade korisniku-autoru. Odnosna odredba Uslova korišćenja usluge Fejsbuka ne govori na koji način i u kom obimu ova kompanija to može da čini. Ključno pitanje jeste da li se takvo korišćenje ograničava samo na deljenje sadržaja unutar mreže, odnosno u okviru usluge koju pruža ili u vezi sa njom, ili putem Interneta uopšte, ili je čak moguće autorsko delo koje je postavljeno na Internet, shodno ustupljenim ovlašćenjima, u fizičkom svetu umnožavati, prerađivati, stavljati u promet ili iskorišćavati na drugi način?

S tim u vezi, prvi korak ka preciziranju odredbe, odnosno utvrđivanju njenog domašaja jeste definisanje usluga koje kompanija pruža svojim korisnicima. Izbegavajući da se u radu posveti nesrazmerna pažnja celokupnoj delatnosti Fejbuka, zadržaćemo se samo na onima koje i sama kompanija označava kao osnovne.⁴⁵ Takve usluge, iz kojih nadalje proizlaze i ostale, jesu obezbeđivanje platforme za povezivanje korisnika, njihovu međusobnu komunikaciju i oglašavanje. U okviru „Politike o podacima“, koja čini sastavni deo Uslova korišćenja, korisnicima se predočava na koji način se njihovi podaci prikupljaju i koriste.⁴⁶ Ono što je relevantno za davanje značenja spornoj

43 Čl. 100. ZOO.

44 Čl. 68. st. 1. ZASP.

45 O uslugama Fejsbuka videti odnosnu veb stranicu kompanije, dostupne na adresi: <https://www.facebook.com/help/1561485474074139>, 12. februar 2016.

46 Iako je u svetu komunikacije koja se odvija putem društvenih mreža ovo pitanje izuzetno važno (pri tom i prilično sporno), imajući u vidu temu ovog rada, ostavićemo ih izvan analiziranih okvira. Ipak, zainteresovane upućujemo na rad: M. Reljanović,

odredbi jeste činjenica da se usluge, zapravo, zasnivaju na deljenju sadržaja. Kada je sadržaj autorskopravno zaštićen, usluge ovakve komunikacije korisnika predstavljaju zapravo vršenje ovlašćenja autora na umnožavanje (u ograničenom obimu)⁴⁷ i interaktivno činjenje dela dostupnim javnosti.

Imajući u vidu način na koji je komunikacija na društvenim mrežama, pa time i na Fejsbuku organizovana, čini nam se da se čitav koncept ovakve razmene podataka oslanja upravo na saglasnost da se ova ovlašćenja vrše. S jedne strane, to je uslov postojanja usluge društvenog umrežavanja, a s druge, pak, i razlog korisnikovog registrovanja na istu. Ta saglasnost, u određenom smislu, predstavlja protivčinidbu korisnika za besplatno korišćenje usluge. Ili, drugačije rečeno, registrovanje na društvenu mrežu podrazumeva da se korisnik sa ovakvim iskorišćavanjem saglašava, jer je ono *conditio sine qua non* usluge koju koristi.

Manje je jasno koja činjenja bismo mogli dovesti „u vezi sa uslugama“ kompanije. S obzirom na to da Fejsbuk u svom vlasništvu ima veliki broj preduzeća, koja se po svojoj delatnosti u potpunosti uklapaju u poslovanje Fejsbuka⁴⁸, iz upotrebljenog termina „u vezi sa uslugama“ proizlazi da se ustupljena saglasnost korisnika proteže i na ove subjekte, nezavisno od činjenice da li je korisnik-autor i kod njih registrovan. Štaviše, takav način iskorišćavanja je izičito predviđen jednim od brojnih akata na koji se prilikom registracije korisnik upućuje.⁴⁹ Premda ima svoj osnov u ugovoru koji korisnik zaključuje

„Zaštita autorskog prava i pravo na privatnost elektronskih komunikacija u Republici Srbiji“, *Intelektualna svojina i Internet*, Beograd 2015, 113-139.

47 I u sudskoj praksi je izražen stav da Fejsbuk nema potpunu slobodu iskorišćavanja korisnikovog sadržaja. Tako, primera radi, u predmetu *Cohen v. Facebook, Inc.*, 798 F.Supp. 2d (N.D. Cal. 2011), sud ističe da licenca data Fejsbuku ne može da podrazumeva svaki oblik iskorišćavanja, te da objavljivanje korisnikovih profilnih fotografija na stranicama drugih korisnika nije obuhvaćeno predmetnom saglasnošću ukoliko se u konkretnom slučaju vređaju prava korisnika. Dostupno na adresi: <http://www.leagle.com/decision/In%20FDco%2020120210821/COHEN%20v.%20FACEBOOK,%20INC.#>, 20. februar 2016. Zanimljivo, u predmetu *Fraley v. Facebook, Inc.* 830 F. Supp. 2d (N.D. Cal 2011) sud je ocenio da saglasnost za objavljivanje imena i „svidanja“ korisnika u oglašivačkom prostoru ne predstavlja pravno, već činjenično pitanje. Dostupno na adresi: <http://www.scribd.com/doc/115397373/Fraley-v-Facebook-2012-12-3-J-Seeborg-Order-Granting-Preliminary-Approval-for-Settlement-With-Facebook>, 1. februar 2016.

48 Lista povezanih preduzeća dostupna na adresi: <https://www.facebook.com/help/111814505650678>, 9. mart 2016.

49 *Ibidem*.

sa Fejsbukom, ovime se on dovodi u jednu apsurdnu situaciju: sadržaj koji je postavio na jednu društvenu mrežu slobodno se komunicira drugoj društvenoj mreži ili sličnoj internet usluzi, bez obzira na to da li je i da li uopšte želi da bude deo i te zajednice. Tako, primera radi, prema ovoj odredbi, Instagram, koji je takođe u vlasništvu Fejsbuka, može da iskorišćava sadržaj koji je postavljen na Fejsbuk društvenoj mreži. Ukoliko imamo u vidu činjenicu da Instagram svojim uslovima (o čijem postojanju Fejsbuk obaveštava korisnika) uključuje saglasnost korisnika da se dostupne fotografije mogu, između ostalog, i prodati.⁵⁰ Jasno je da korisnik-autor praktično gubi svaku kontrolu nad iskorišćavanjem svog dela. Štaviše, prema Uslovima korišćenja, Fejsbuk bi mogao dalje da prenese, ustupi ili na drugi način ovlasti bilo kog subjekta.⁵¹

Sporno je, nadalje, da li se autorsko delo korisnika može iskorišćavati u realnom, fizičkom svetu. Primera radi, da li bi se dozvoljenim činjenjem smatralo preuzimanje autorskopravno zaštićenih fotografija Fejsbuk korisnika radi izrade, umnožavanja i stavljanja u promet turističkog materijala „Najlepši predeli Srbije“? Iako se negativan odgovor nameće iz logike autorskopravne zaštite, ne bismo mogli ignorisati činjenicu da ovako određeno iskorišćavanje dopušta širok krug činjenja. Zbog toga, zahtev pravne sigurnosti nalaže da se, bar u interpretaciji, domašaj ove odredbe ipak svede na najmanju moguću meru. Drugim rečima, iskorišćavanje korisnikovog sadržaja trebalo bi da se smatra dopuštenim samo u onoj meri koja se odnosi na odvijanje komunikacije između korisnika.

Na kraju, kako iz odnosne odredbe proizlazi, moguće je da Fejsbuk dalje ustupa korišćenje autorskog dela uz naknadu, ali bez obaveze da ostvarene prihode podeli sa korisnikom-autorom. Ukoliko imamo u vidu odredbe našeg Zakona o autorskom pravu i srodnim pravima, čini nam se da bi se, u slučaju da Fejsbuk ostvari značajnu dobit od iskorišćavanja korisnikovog dela, dalo prostora za primenu odredaba o reviziji ugovora u pogledu visine, a ovde

50 Instagram, *Terms of Use, Rights*, ad 5, dostupno na adresi: <https://www.instagram.com/about/legal/terms/>, 10. mart 2016.

51 Mišljenje jednog autora najjasnije opisuje datu situaciju: „...ukoliko bi Fejsbuk krišom ustupio korisnikov sadržaj sajtu porno.com, to bi potpuno bilo u skladu sa obimom saglasnosti koju je od korisnika dobio. Iskreno govoreći, velika većina korisnika Fejsbuka bi bila iznenađena saznanjem da jedini razlog koji sprečava kompaniju Fejsbuk da da dalje ustupa kreativni i lični sadržaj svojih korisnika sajtu porno.com ili bilo kom drugom, jeste činjenica da navedeni sajtovi nisu pokazali dovoljno interesa.“ S. Hetcher, „User-Generated Content and the Future of Copyright: Part Two – Agreements Between Users and Mega-sites“, *Santa Clara Computer & High Technology Law Journal*, 24/2008, 848

postojanja, autorskog honorara. Pri tom, od odlučujućeg značaja jeste pitanje da li se besplatno ustupanje bez naknade od strane korisnika Fejsbuka može smatrati „posledicom uverenja autora da ugovoreno korišćenje njegovog dela neće doneti prihod koji bi bio dovoljan da namiri troškove i naknadu.“⁵² Ukoliko je, pak, reč o *animus donandi*, takva mogućnost je isključena.⁵³

3.2.3. Prestanak vršenja ovlašćenja od strane Fejsbuka

Dodatnu zabunu u smisao citiranog spornog odeljka Uslova korišćenja usluge (Izjave o pravima i obavezama) i nametnutih raspolaganja korisnika-autora unosi i atribut „neopoziva“.

Neopozivost ustupanja podrazumeva nemogućnost korisnika-autora da svojom izjavom volje povuče datu saglasnost. Drugim rečima, kako je reč o ugovoru neodređenog trajanja, saglašavanjem sa ovakvim uslovima korisnik-autor se odriče prava da otkáže ugovor o licenci (davanju dozvole za iskorišćavanje). S obzirom na to da je otkaz redovan način prestanka ovih ugovora, moglo bi se smatrati da je saglasnost korisnika-autora o odricanju od prava pravno nedopuštena izjava volje. Samim tim, ova odredba ne proizvodi dejstvo.

Na prvi pogled nam se čini da je potonja konstatacija ublažena mogućnošću korisnika-autora da konkludentno svoju saglasnost ipak opozove. Naime, ukoliko korisnik ukloni sadržaj sa svog naloga ili ukine nalog, dozvolava kompaniji Fejsbuk da iskorišćava zaštićeni sadržaj prestaje da važi. To se, međutim, ne odnosi na sadržaj koji je prethodno podeljen sa drugima, ukoliko ga nisu i oni izbrisali. Ako imamo u vidu način na koji se sadržaj postavljen na Fejsbuk profile deli među korisnicima, skoro da je nezamislivo da ovaj dodatni uslov može da bude ispunjen. Ponovo dolazimo do istog zaključka: odredba kojom se isključuje mogućnost otkaza, ne proizvodi dejstvo.

Nadalje, kompanija Fejsbuk, istina više u formi obaveštenja nego obavezivanja korisnika, zadržava za sebe ovlašćenje da nakon prestanka važenja saglasnosti, pod pretpostavkom da je korisnik uklonio sadržaj ili nalog, a da prethodno nije podeljen sa drugima, sačuva rezervne kopije istog tokom određenog, razumnog vremenskog perioda (tokom kog neće biti dostupan drugim licima). Ovom odredbom nameću se bar dva nova pitanja. Prvo se tiče određivanja pojma rezervne kopije. Drugo se odnosi na pravni osnov držanja.

52 S. Marković, D. Popović, *Pravo intelektualne svojine*, Beograd 2013, 203.

53 *Ibidem*.

Tako, kada je reč o rezervnim kopijama, prva asocijacija jeste rezervna kopija u smislu računarskog programa kao autorskog dela. Podsećanja radi, lice koje je legalno pribavilo primerak računarskog programa, može bez saglasnosti autora i bez plaćanja autorske naknade, da sačini jedan rezervni primerak na trajnom telesnom nosaču.⁵⁴ Sličnu odredbu sadrži i Direktiva o pravnoj zaštiti računarskih programa iz 2009. godine: „Lice koje ima pravo da koristi računarski program ne može se sprečiti ugovorom da sačini jednu njegovu bezbednosnu (*back-up*) kopiju (radi zaštite od slučajnog uništenja) kada je to potrebno za takvu upotrebu.“⁵⁵

Saćinjavanje rezervne kopije predstavlja ograničenje autorskog prava na računarskom programu koje je motivisano potrebom zaštite interesa korisnika da obezbedi korišćenje predmetnog računarskog programa i u slučaju da nastupi neki od brojnih rizika gubljenja neophodnih informacija. Sačinjavanje rezervnih kopija i njihova upotreba smatraju se dozvoljenim činjenjima, u navedenom smislu, samo u okviru vremenskog perioda u kojem korisnik programa ima status legalnog pribavioca.

Iako formulacija ove odredbe može da vodi ka primeni navedenih pravila, ona (primena) ipak nije moguća. Razlog tome je dvojak. S jedne strane, ograničenja autorskog prava za račun legalnog pribavioca predstavljaju izuzetak, koji se, u skladu sa opštim pravilima, mora restriktivno tumačiti. To znači da se odredbe o isključenju autorskog prava na računarskom programu ne mogu analogno primeniti na drugu vrstu autorskih dela. Štaviše, ako bi takva primena i bila moguća (npr. ako je zaštićeni sadržaj upravo računarski program), činjenica da je saglasnost povučena lišava kompaniju svojstva legalnog pribavioca. Drugim rečima, ne postoji osnov po kojem kompanija Fejsbuk može da sačini, a tim pre ni da sačuva rezervnu kopiju zaštićenog sadržaja.

Određena ograničenja autorskog prava u pogledu umnožavanja, koja bismo eventualno mogli prepoznati u navedenom slučaju postoje i za slučaj da je umnožavanje (konkretno sačinjavanje kopije sadržaja u memoriji kompanije) privremeno ukoliko su ispunjeni sledeći uslovi: 1) umnožavanje je prolazno ili slučajno; 2) umnožavanje čini sastavni i bitni deo tehnološkog procesa; 3) svrha umnožavanja je da omogući prenos podataka u računarskoj mreži

54 Čl. 47. st. 1. tačka 3. ZASP.

55 Čl. 5.1. Directive 2009/24/EC of the European Parliament and of the Council 2009/24 of 23 April 2009 on the legal protection of computer programs (Direktiva o pravnoj zaštiti računarskog programa, Direktiva 2009/24), dostupno na adresi: <http://eur-lex.europa.eu/LexUriServ/LexUriServ.do?uri=OJ:L:2009:111:0016:0022:EN:PDF>, 2. mart 2016.

između dva ili više lica preko posrednika, ili da omogući zakonito korišćenje autorskog dela i 4) umnožavanje nema zaseban ekonomski značaj.⁵⁶ Imajući u vidu činjenicu da navedeni uslovi moraju biti kumulativno ispunjeni, već odsustvo svojstva prolaznosti takvog umnožavanja čini i ova pravila nepriemljivim. Razuman vremenski period dodatno unosi pravnu nesigurnost.

4. Povrede autorskog prava u okviru društvene mreže Fejsbuk

Ukoliko uzmemo u obzir to na koji način se odvija komunikacija u okvirima društvenih mreža, ustupanje na neisključiv način nam se čini jednim mogućim načinom raspolaganja od strane korisnika-autora.⁵⁷ Pri tom, kako je navedeno, iako je prema Uslovima korišćenja, ustupanje ovlašćenja neisključivo i prenosivo, smatramo da je takva konstrukcija protivna prirodi ovakvog načina ustupanja. Dakle, iskorišćavanje sadržaja od strane Fejsbuka je pravno valjano ukoliko se vrši na način koji je u skladu sa principima na kojima se odvija komunikacija korisnika i u obimu koji je neophodan da bi se omogućio prenos informacija.

Kada je o reč o međusobnom odnosu korisnika, razmena sadržaja se odvija po osnovu neposredne saglasnosti, koja proizlazi iz činjenja korisnika, odnosno postavljanja autorskopravno zaštićenog sadržaja na društvenu mrežu. Međutim, nije svaka komunikacija koja za predmet ima zaštićeni sadržaj obuhvaćena ovom saglasnošću. Stoga, da bismo razumeli koja činjenja u komunikaciji unutar društvene mreže dovode do povrede autorskog prava, neophodno je osvrnuti se na krug lica kojima korisnik-autor daje saglasnost, te na činjenja koja ona mogu preduzimati u vezi sa sadržajem korisnika.

56 Čl. 48. ZASP.

57 To, zapravo, zapravo znači da korisnik može sadržaj dati na korišćenje i drugim subjektima, izvan Fejsbuk mreže. Ilustrativna je u tom pogledu odluka u slučaju *Facebook, Inc. v. Power Ventures, Inc.*, Case No. 08-cv-05780-JF (N.D. Cal. Oct. 22, 2009). Naime, tuženi Power Venture je omogućio svojim korisnicima da vide sve njihove prijatelje, njihove statuse, profilne stranice, da im pošalju poruke, itd. Ideja je bila da im se pristup Fejsbuk stranicama omogući preko sajta tuženog. Stoga je Fejsbuk tužio Power Ventures, između ostalog, i za povredu autorskog prava. No, u sudskoj odluci je istaknuto da povreda ne postoji, jer su korisnici Fejsbuka titulari prava na svojim sadržajima, te da su isti ti korisnici dali saglasnost i tuženom da se navedenim sadržajem koristi. Dostupno na adresi: <http://jolt.law.harvard.edu/digest/jurisdiction/9th-circuit/facebook-inc-v-power-ventures-inc>, 12. februar 2016.

Naime, korisnici imaju slobodu da odluče kome će njihovi sadržaji biti dostupni, putem alatki o podešavanju privatnosti. Odabir kruga subjekata kojima se mogu upoznati sa sadržajem vrši uz pomoć opcija ponuđenih u alatkama korisničkog profila. Kada korisnik odabere opciju „javno“ sadržaj je dostupan svim korisnicima Interneta, čak i onima koji nisu uključeni u društvenu mrežu Fejsbuk. Iz ovakvog izbora nameće nam se zaključak da je korisnik time dao saglasnost za iskorišćavanje postavljenog sadržaja. Međutim, ta saglasnost obuhvata samo ona činjenja koja su neophodna da se javnost sa sadržajem upozna. Ne bismo mogli smatrati da ovom postavkom, autor daje saglasnost za bilo koja činjenja u vezi sa njegovim autorskim delom.⁵⁸

U svim ostalim postavkama privatnosti („prijatelji“, „prijatelji prijatelja“, itd.), izražena je volja korisnika da kontroliše dostupnost sadržaja koji objavljuje. Nama je posebno zanimljiv potonji način razmene sadržaja.

Alatke koje korisnicima Fejsbuk profila stoje na raspolaganju kako bi međusobno komunicirali su brojne. Ako imamo u vidu samo one koje se odnose na sadržaj koji je postavio drugi korisnik, možemo da izdvojimo uobičajene: „svida mi se“ (like), „komentariši“ (comment), „podeli“ (share), „označi“ (tag), „pošalji kao privatnu poruku“ (send as a private message).

Opcija „svida mi se“ (od nedavno i drugi emotikoni) omogućava korisniku da klikom na simbol kojim se alatka obeležava izrazi svoje emocije u vezi sa postavljenim sadržajem. Isto može učiniti i komentarisanjem. Deljenje sadržaja predstavlja način da se i drugi korisnici upoznaju sa istim. Isto tako, kada se preuzme postavljeni sadržaj, korisnik ga može poslati tačno određenom licu, drugom Fejsbuk korisniku, koji pri tom ne mora biti na listi prijatelja pošiljaoca. Opcija za označavanje omogućava korisniku da označi drugog korisnika na fotografiji koja je postavljena na mreži.

Kada, nadalje, problem posmatramo iz ugla odnosa između korisnika koji je postavio sadržaj i „prijatelja“ koji je upotrebio neku od navedenih alatki, ne čini nam se da u ovakvom postupanju postoje elementi povrede autorskog prava. Ipak, ne smemo gubiti iz vida činjenicu da upravo ova činjenja (ili bar

58 Primera radi, u američkim medijima objavljena je vest o povredi autorskog prava čuvenog fotografa Rasela Orda (Russel Ord). Naime, Rasel Ord je na svojoj Fejsbuk stranici postavljao fotografije okeana i surfera. Te fotografije, nešto kasnije, su objavljene i u okviru stranice WWW (World Wide Wave). Autor se potom obratio administratorima stranice (page) sa nedozvoljenim sadržajem i zahtevao, ne da se sadržaj ukloni, već da mu se za korišćenje isplati odgovarajuća naknada. R. Britt, „Is Facebook the New Breeding Ground for Copyright Infringement?“, dostupno na adresi: <https://fstoppers.com/other/facebook-new-breeding-ground-copyright-infringement-3252>, 22. februar 2016.

većina njih) predstavljaju radnje daljeg komuniciranja sadržaja izvan kruga subjekata koje je odredio korisnik. Naime, ukoliko, primera radi, korisnik izabere najuži krug ili samo jednog prijatelja kojem će sadržaj biti dostupan, moguće je da označeni subjekt izborom opcije „podeli“ izađe iz kruga prijatelja koje je tvorac prvobitnog sadržaja imao u vidu. Isto se dešava i označavanjem subjekata na fotografijama, jer ona tada može da postane vidljiva i krugu prijatelja označenog lica, ili, pak, „pominjanjem“ (*mention*) prilikom deljenja sadržaja.

U svim navedenim primerima reč je, zapravo, o svojevrsnom povezivanju (*linking*) sa sadržajem drugog korisnika. S tim u vezi, smatramo potrebnim na ovom mestu se osvrnuti i na noviju sudsku praksu Suda pravde EU, u slučaju *Svensson*⁵⁹, u kojem se ocena dopuštenosti ovakve razmene autorskopranog sadržaja ceni spram kriterijuma „nove javnosti“. Naime, kako se u ovoj odluci ističe, kada je reč o upućivanju na sadržaj koji je putem Interneta svi-ma dostupan, ne postoji povreda autorskog prava, osim ukoliko je time zaštićeni sadržaj postao dostupan i subjektima koje titular prava nije imao u vidu prilikom činjenja dela dostupnim javnosti.⁶⁰ Primenom ovog kriterijuma, koji pri tom autorovo ovlašćenje sužava na radnje primarnog saopštavanja⁶¹, mogli bismo zaključiti da se dalje umnožavanje i činjenje dostupnim korisnikovog sadržaja od strane subjekata kojima je on bio dostupan može smatrati povredom prava.⁶² U prilog tome govori i obaveza, koju korisnici registovanjem na mrežu preuzimaju, da se objavljenim sadržajem ne krše, niti ugrožavaju tuđa prava.⁶³ Ipak, imajući u vidu navedeno u pogledu korišćenja alatki i stvaranja svojevrsnog kanala kojima se sadržaj širi društvenom mrežom, jasno je da je uloga provajdera u povredi autorskog prava nezanemarljiva.

59 Sud pravde EU, *Nils Svensson, Sten Sjogren, Madelaine Sahlaman, Pia Gadd v. Retriever Sverige AB*, predmet br. C-466/12, 13. februar 2014., dostupno na adresi: <http://curia.europa.eu/juris/document/document.jsf?docid=147847&doclang=EN> (10. mart 2016.).

60 D. Popović, „Povreda autorskog i srodnih prava na Internetu: osvrt na noviju praksu Evropskog suda pravde“, *Intelektualna svojina i Internet* (ur. Dušan Popović), Beograd 2015, 66.

61 D. Popović, *op.cit.*, 67.

62 U jednom slučaju, Apelacioni sud u Briselu je u pitanju da li činjenje dostupnim zaštićenog sadržaja putem povezivanja preko korisnikovog „zida“ (wall) predstavlja povredu prava, dao potvrđan odgovor. Tvrdnju tuženog da je delo dostupno samo krugu njegovih prijatelja, Sud nije uzeo u obzir, budući da je „zid“ javno dostupan. Belgijski Kasacioni sud je navedenu odluku potvrdio. „Does a message on a Facebook wall constitute a copyright infringement?“, dostupno na adresi: <http://www.eversheds.com/global/en/what/articles/index.page?ArticleID=en/global/belgium/en/Does-message-facebook-constitute-copyright-infringement240615>, 1. februar 2016.

63 čl. 5, st. 1, tačka 1. Uslova korišćenja usluge.

5. Odgovornost za povredu autorskog prava putem Fejsbuka

Sporni odnosi koji nastanu između korisnika i kompanije Fejsbuk, prema Uslovima korišćenja usluge, rešavaju se pred Okružnim sudom distrikta Severne Kalifornije, u Sjedinjenim Američkim Državama, a tamošnje pravo se određuje kao merodavno.⁶⁴

Ne ulazeći u pitanja da li primena ove odredbe ima izuzetke⁶⁵, u narednom delu ćemo izložiti pravila koja se odnose na odgovornost ovog internet posrednika.

Prema pravu Sjedinjenih Američkih Država, internet posrednici ne odgovaraju za povredu autorskog prava, ukoliko je njihovo ponašanje u pogledu nastupele povrede autorskog prava pasivno.⁶⁶ Tako, obični posrednici (*mere conduit*) u komunikaciji, shodno činjenici da podatke koji su uključeni u razmenu samo privremeno pohranjuju, ne odgovaraju za prenos neovlašćenog sadržaja⁶⁷, osim ako nisu inicirali komunikaciju, ili ne vrše odabir informacija koje se prenose, ili ne menjaju sadržaj prenesenih podataka, ili pak ne čuvaju sadržaj na način koji omogućava pristup od strane trećih lica. Kada su u pitanju *caching* provajderi, njihova usluga podrazumeva prenos podataka, koji je iniciran od strane trećeg, do servera drugog korisnika i automatsko čuvanje (skladištenje) navedenog sadržaja. Medjutim, ukoliko su obavešteni o povredi autorskog prava, *caching* provajder je u obavezi da sporni sadržaj odmah ukloni. U suprotnom, snosiće odgovornost za povredu prava⁶⁸. *Hosting* provajderi se pozivaju na odgovornost ukoliko su znali ili morali znati da je putem njihove usluge izvršena povreda prava, odnosno koji su o nastupeloj povredi

64 Čl. 15.st. 1 Uslova korišćenja usluge

65 Nedavno se o jednom sličnom sporu izjašnjavao i Sud pravde Evropske unije, u predmetu povodom povrede prava na zaštitu ličnih podataka, *Max Schrems v. Data Protection Commissioner*, C-362/14, dostupno na adresi: <http://eur-lex.europa.eu/legal-content/EN/TXT/HTML/?uri=CELEX:62014CJ0362&qid=1457796603225&from=EN>, 3. mart 2016.

66 A.W.Bagley, J.S.Brown, „The Broadcast Flag: Compatible With Copyright Law & Incompatible With Digital Media Consumers“, *IDEA – The Intellectual Property Law Review*, 5/2007, 607-656, D. W. Kopko, „Looking for a Crack To Break the Internet's Back: The Listen4ever Case and Backbone Provider Liability Under the Copyright Act and DMCS“, *Computer Law Review and Technology Journal*, Vol. 8/2003, A. Kumar, „Internet Intermediary (ISP) Liability for Contributory Copyright Infringement in USA and India: Lack of Uniformity as a Trade Barrier“, *Journal of Intellectual Property Rights*, Vol. 19/2014, 272-281.

67 Par. 512a The Digital Millennium Copyright Act of 1998 (DMCA), <http://www.copyright.gov/legislation/dmca.pdf>, 20. februar 2016.

68 Par. 512b DMCA.

obavešteni, a sporni sadržaj nisu odmah uklonili. Ipak, ukoliko nisu ostvarili finansijsku korist koja je u vezi sa navedenom povredom, ni svest o povredi ih ne čini odgovornim. Isto se odnosi i na uslugu preporučivanja (*referencing*), odnosno povezivanja (*linking*) sa spornim sadržajem putem brojnih alatki (*index, reference, pointer, hypertext link*, itd.)⁶⁹

S obzirom na to da Fejsbuk, prema uslugama koje pruža, jeste hosting provajder, pitanje odgovornosti koje je regulisano odredbama tamošnjeg zakona neophodno je analizirati i u kontekstu Uslova korišćenja usluga ove kompanije, odnosno posebnih pravila koja čine sastavni deo navedenih Uslova.⁷⁰

Najpre, korisnik se, prilikom otvaranja profila i saglašavanja sa opštim uslovima, obavezuje da neće postavljati sadržaj kojim se povređuju tuđa prava.⁷¹ U slučaju da do toga ipak dođe, subjekt čije je pravo povređeno, konkretno čiji je autorskopravno zaštićen sadržaj postavljen bez njegove saglasnosti na Fejsbuk, je pozvan da svoje pravo štiti posredstvom Fejsbuka. Istina, moguće je da se zaštita vrši i samostalno, odnosno da korisnik neposredno kontaktira subjekta koji je povredu izvršio. U tom slučaju se, međutim, kompanija ograđuje od sopstvene odgovornosti: izričito se navodi da se neće smatrati da je upoznata sa povredom prava.

Naime, subjekt može da se obrati Fejsbuku putem popunjavanja onlajn obrasca, bez obzira na to da li je korisnik ove društvene mreže ili ne. Obrazac sadrži podatke o podnosiocu izveštaja koje se odnose na lično ime, elektronsku poštu i broj telefona, kao i na sadržaj za koji se tvrdi da je neovlašćeno postavljen, kao i opis radnji koje prema oceni zainteresovanog lica čine povredu prava. Uz to, podnosilac izveštaja treba da pruži što više podataka o korisniku za kojeg tvrdi da je povredio autorsko pravo, odnosno da neposredno prosledi internet lokaciju na kojoj se nalazi nedozvoljeni sadržaj. Navedeni elektronski obrazac takođe sadrži i izjavu podnosioca datu pod materijalnom i kaznenom odgovornošću, da je on titular prava ili da ima ovlašćenje da u ime titulara prava postupa na navedeni način. Isto tako, odnosni subjekt može da se obrati ovlašćenom zastupniku Fejsbuka putem elektronske pošte ili na drugi način kojim se može takva komunikacija dokazati. U potonjem slučaju, koji je znatno sporiji, lice čije je pravo povređeno treba da sastavi tužbu zbog povrede autorskog prava.

69 Par. 512d DMCA.

70 Reporting Copyright Infringement, dostupno na adresi: <https://www.facebook.com/help/249141925204375>, (1. februar 2016.). Ovim pravilima kompanija nastoji da osigura svoju savesnost, zbog koje bi i njena odgovornost bila isključena.

71 Čl. 5. Uslova korišćenja usluga.

Nakon što primi elektronski izveštaj o navodnoj povredi autorskog prava, Fejsbuk ga procesuirá, odnosno razmatra navode korisnika i odlučuje o daljoj sudbini nedozvoljenog sadržaja. Najčešće se on uklanja sa profila označenog korisnika, kojem se dostavljaju podaci o prijaviocu i opis autorskog dela za koji se tvrdi da je neovlašćeno korišćen. Ukoliko smatra da su navodi prijavioca neosnovani, Fejsbuk upućuje označenog korisnika da u neposrednom kontaktu sa prijaviocem razreši međusobni spor ili da podnese kontra-izveštaj. Konačno, ukoliko Fejsbuk smatra da je u konkretnom slučaju to opravdano, po pravilu, kada je reč o ponovljenim povredama, moguće je da licu za čiji nalog se vezuje navodna poveda autorskog prava bude privremeno ili trajno ugašen nalog.

Ono što bitno ograničava korisnika da stupi u neposredni kontakt jeste pitanje koje prelazi okvire autorskog prava. Naime, vrlo često korisnički nalozi ne identifikuju u dovoljnoj meri subjekta koji upravlja sadržajem. Da bi mogao da vrši svoja ovlašćenja, autor odnosno nosilac autorskog prava treba da identifikuje dužnika obaveze koja je proistekla iz povrede putem Fejsbuka. Stoga se autor obraća upravo kompaniji koja takvim podacima raspolaže. Fejsbuk, pak, shodno Uslovima korišćenja usluga, te podatke po pravilu i ustupa. Ukoliko bismo na ovom mestu ostavili po strani pitanja koja se tiču zaštite prava ličnosti, tačnije privatnosti i činjenice da se ovi podaci skupljaju i čuvaju po osnovu prilično spornih ugovornih odredaba, najveći pravni problem koji se u ovoj okolnosti nameće jeste pitanje da li je Fejsbuk ovlašćen da takve podatke daje na zahtev korisnika?⁷² Još veći teret u pravnom smislu nosi okolnost da kompanija odlučuje o postojanju autorskog prava i njegovom titularu u postupku koji sama sprovodi i koji je netransparentan. Ove činjenice ostavljaju prostora brojnim zloupotrebama, koje između ostalog, mogu rezultirati neopravdanim uskraćivanjem usluge i osnovne građanske slobode razmene informacija.⁷³

72 M. Reljanović, „Zaštita autorskog prava i pravo na privatnost elektronskih komunikacija u Republici Srbiji“, *Intelektualna svojina i Internet* (ur. Dušan Popović), Beograd 2015, 129-133.

73 S. Radovanović, „Građanskopravna odgovornost internet posrednika za povredu autorskog prava – uporednopravni aspekt“, *Intelektualna svojina i Internet* (ur. Dušan Popović), Beograd 2015, 96-111. U praksi su takvi primeri brojni i izazivaju prilično burne reakcije korisnika. Štaviše, u pojedinim slučajevima su ukinuti nalozi korisnika koji su imali pravo da delo koriste, primera radi zato što je istekla autorskopravna zaštita, a u pojedinim se, pak, korisnicima uskraćuju Fejsbuk usluge bez ikakvog objašnjenja, osim naznake da je njihov sadržaj nedozvoljeno korišćen. Vid. E. Protalinski, „Facebook confirms it shut down The Cool Hunter’s Facebook Page over copyright infringement“, dostupno na adresi: <http://thenextweb.com/facebook/2012/10/05/facebook-confirms-it-shut-down-the-cool-hunters-facebook-page->

Konačno, internet posrednik se može osloboditi odgovornosti za povredu autorskog prava, ukoliko iz takvog postupanja za njega ne proizlazi ekonomska korist.⁷⁴ Ako uzmemo u obzir poslovnu strategiju kompanije Fejsbuk, prema kojoj su usluge pretežnim delom besplatne, nije nezamislivo da pozivom na ovu okolnost kompanija izbegne odgovornost, tim pre što u praksi nije uvek lako dokazati da konkretan nedozvoljeni sadržaj stoji u vezi sa ostvarenim prihodom.

6. Zaključak

O uticaju društvenih mreža, naročito Fejsbuka, na život savremenog čoveka danas se može govoriti iz različitih uglova. Jedan od njih jeste i autorsko pravo, o kojem je u ovom radu bilo reči.

Naime, činjenica da se društvene mreže zasnivaju na savremenim Internet platformama, koje korisnicima omogućavaju da učestvuju u kreiranju sadržaja, otvara brojna pitanja u autorskom pravu modernog doba. Neka od njih, kao što su pitanja konkretnih autorskopравnih ovlašćenja u vezi sa iskorišćavanjem na globalnoj računarskoj mreži, su donekle prevaziđena normativnim intervencijama u sadržaj samog autorskog prava, odnosno uspostavljanjem isključivog ovlašćenja autora na javno saopštavanje dela uključujući interaktivno činjenje dela dostupnim javnosti sa mesta i u vreme koje korisnik odabere. Druga se, pak, rešavaju širokim tumačenjem relevantnih odredaba. Treća grupa spornih pitanja, ona koja se tiču odgovornosti za povredu autorskog prava na Internetu u vezi sa sadržajem u čijem kreiranju je učestvovao korisnik, i pored značajne aktivnosti na normativnom planu, još uvek ostaju otvorena. Iako ne stoje u neposrednoj vezi sa potonjim, Uslovi korišćenja usluga Fejsbuk društvene mreže u značajnoj meri daju okvire u kojima ova kompanija „legalno“ posluje. Ovo je posebno zanimljivo za domaće autore, budući da je aktivnost na Fejsbuku prisutna i na ovim prostorima.

Stoga ćemo u ovom delu rada o odnosu korisnika i Fejsbuka, povodom sadržaja koji uživa autorskopравnu zaštitu, istaći najrelevantnije. Najpre, registrovanjem na društvenoj mreži Fejsbuk, korisnik se saglašava sa Uslovima ove kompanije.

over-copyright-infringement/#gref, 19. februar 2016, A. Lee, „Facebook Closes Pages Because Of False Copyright Infringement Claims“, dostupno na adresi: http://www.huffingtonpost.com/2011/04/28/facebook-pages-copyright-infringement-claims_n_855029.html, 19. februar 2016, N. Zipkin, „French Court Rules Facebook Can be Sued for Censorship in Nude Painting Case“, dostupno na adresi: <http://www.entrepreneur.com/article/270785>, 20. februar 2016.

74 S. Radovanović, Građanskopравna odgovornost internet posrednika za povredu autorskog prava – uporednopravni aspekt“, 88.

U pogledu autorskog prava, Fejsbuk aktom registrovanja postaje neisključivi titular svih ovlašćenja u vezi sa zaštićenim sadržajem korisnika-autora. Imajući u vidu odredbe domaćeg prava, koje pri tom korenspondiraju sa pravom Evropske unije, neizostavno nam se nameće zaključak da je pravna valjanost analiziranih odredaba Uslova prilično sporna. Međutim, čini nam se da je njihova istinska funkcija zapravo isključenje, odnosno ograničenje odgovornosti za povredu autorskog prava koja se nesumnjivo događa razmenom sadržaja u okviru društvene mreže. Saglasnost korisnika na izvestan način obezbeđuje savesnost kompanije, zbog čega je i njena odgovornost isključena, ili bar umanjena. Isti značaj imaju i pravila o izveštavanju kompanije o povredama učinjenim od strane drugih korisnika. Pod ovakvim okolnostima, korisniku-autoru ne preostaje ništa drugo sem da se, radi zaštite autorskog prava, upušta u neizvesne i skupe sporove protiv pojedinaca.

Prof. Dr. Sanja Radovanović

Assistant Professor, University of Novi Sad – Faculty of Law

COPYRIGHT AND FACEBOOK, WITH SPECIAL REFERENCE TO SERBIAN LAW

Abstract: Since its inception, Internet, a global computer network, is the mean of the information exchanging. This function exists nowadays as well. However, the communication that takes place via a global computer network is significantly different compared to its pioneer phase. On the one hand, the number of computer users has dramatically increased. In addition, the range of devices that allow connection to the Internet is extremely wide. Thus, additional to traditional PCs, the Internet is also available in mobile devices or television receivers. In other words, it is available to everyone and at any time. Besides, the fact that modern web platform allows users to participate, actively, in creation of the content available on the Internet, makes the Internet dominant form of communication. Such technological environment has inspired internet intermediaries to create new services, integration into social networks. In a relatively short period of time, social networks have evolved into a true social phenomenon, which in many respects shook the now traditional principles of modern legal systems. In this paper, we will retain only the relevant copyright issues related to user-generated content of one of the largest social network, Facebook. In this regard, special attention will be paid to the mutual relation of Terms of Use, with which the user, signing up the social network, agrees, and which are the legal framework of copyright work exploitation.

Keywords: Copyright. – Facebook. – Exploitation of copyrighted work. – Facebook Terms of Use. – Liability for copyright infringement.