Povreda atorskih prava prilikom online oglašavanja

Rimac, Dora

Undergraduate thesis / Završni rad

2022

Degree Grantor / Ustanova koja je dodijelila akademski / stručni stupanj: **Josip Juraj Strossmayer University of Osijek, Academy of Arts and Culture in Osijek / Sveučilište Josipa Jurja Strossmayera u Osijeku, Akademija za umjetnost i kulturu u Osijeku**

Permanent link / Trajna poveznica: https://urn.nsk.hr/urn:nbn:hr:251:803894

Rights / Prava: In copyright / Zaštićeno autorskim pravom.

Download date / Datum preuzimanja: **2024-03-29**

AKADEMIJA ZA UMJETNOST I KULTURU U OSIJEKU

THE ACADEMY OF ARTS AND CULTURE IN OSIJEK

Repository / Repozitorij:

Repository of the Academy of Arts and Culture in Osijek

zir.nsk.hr

SVEUČILIŠTE JOSIPA JURJA STROSSMAYERA U OSIJEKU

dabar

DIGITALNI AKADEMSKI ARHIVI I REPOZITORIJI

SVEUČILIŠTE JOSIPA JURJA STROSSMAYERA U OSIJEKU

AKADEMIJA ZA UMJETNOST I KULTURU

ODSJEK ZA KULTURU, MEDIJE I MENADŽMENT

PREDDIPLOMSKI INTERDISCIPLINARNI SVEUČILIŠNI STUDIJ

KULTUROLOGIJA, SMJER MEDIJSKA KULTURA

Dora Rimac

POVREDA AUTORSKIH PRAVA PRILIKOM ONLINE OGLAŠAVANJA

ZAVRŠNI RAD

MENTOR:

dr. sc. Tomislav Dagen, predavač

dr. sc. Marina Čepo, komentorica

Osijek, 2021

SAŽETAK

U digitalno doba rijetko se obraća pažnja na autorska prava i zaštitu autora, posebno kada je riječ o oglašavanju preko društvenih mreža, preuzimanju sadržaja korisnika društvenih mreža za reklamiranjem kompanija ili ostalim oblicima više ili manje očitog on-line oglašavanja poput npr, pop-up reklama. Nerijetko dolazi do kršenja autorskih prava u digitalnom okruženju, a rješenja se trebaju pronaći u međunarodnim, europskim i hrvatskim pravnim rješenjima.

Pravne regulacije Republike Hrvatske, Europske unije pa tako i svijeta sve su bliže dolaženju do ujednačavanja zakonskih regulacija ove problematike, no zbog brzo promjenjivih mogućnosti tehnologije živimo u vremenu sudskih presedana u ovome području. U ovome radu biti će analizirani osnovni pojmovi zakonske regulacije autorskih prava, načini zaštite autorskih prava te će se obraditi slučajevi u kojima su takve zaštite implementirane.

Cilj istraživačkog dijela rada je ispitati razinu upoznatosti uživatelja autorskih prava i drugih zaposlenih u oglašavanju, marketingu ili nekim drugim srodnim područjima u Republici Hrvatskoj s pojmom autorskog prava i njegove zaštite. Očekivani znanstveni doprinos se ogleda u uspostavljanju razine upoznatosti glavnih aktera u marketingu i oglašavanju s pojmovima autorskih prava i njihove zaštite te detektiranju glavnih problema u tom području, kao i prijedlog mogućih rješenja za budućnost.

Ključne riječi: autorska prava, Zakon o autorskom pravu i srodnim pravima, fair use, Creative Commons,OCSSP, društvene mreže, pop-up reklame

SUMMARY

In todays digital age, attention is rarely paid to copyright and author protection, especially when it comes to advertising on social media, downloading content from social media users to advertise companies or other forms of more or less obvious online advertising such as pop-up advertising. . Copyright infringement often occurs in the digital environment, and solutions should be found in international, European and Croatian legal solutions.

Legal regulations of the Republic of Croatia, the European Union and thus the world are getting closer to harmonizing legal regulations on this issue, but due to the rapidly changing possibilities of technology,, we lare living in a time of court precedents in this field. This paper will analyze the basic concepts of legal regulation of copyright, ways of copyright protection and will deal with cases in which such protections are implemented.

The aim of the research part of the paper is to examine the level of familiarity of copyright users and other employees in advertising, marketing or some other related fields in the Republic of Croatia with the concept of copyright and its protection. The expected scientific contribution is reflected in establishing the level of familiarity of the main actors in marketing and advertising with the concepts of copyright and their protection and detecting the main problems in this area, as well as proposing possible solutions for the future.

Key words: copyright, Copyright and Related Rights Act, Creative Commons, OCSSP, social network, pop-up advertisment

SADRŽAJ

1 UVOD 1

2. POJAM I ODREĐENJE AUTORSKOG PRAVA 2

2.1. Autorska prava i međunarodni ugovori 4

2.2. Autorsko pravo i srodna prava na jedinstvenom digitalnom tržištu - EU 4

2.3. Pravna regulacija autorskih prava u Republici Hrvatskoj 7

2.4. Zakon o autorskom pravu i srodnim pravima 7

2.5. Odredbe Kaznenog zakona vezane za autorska prava 8

3. FAIR USE 10

3.1.Svrha i karakter upotrebe 11

3.2. Priroda zaštićenog dijela 12

3.4. Učinak na potencijalno tržište i vrijednost djela 12

Na učinak na potencijalno tržište i vrijednost djela se stavlja poseban naglasak prilikom određivanja činjenice da li autor uživa u zaštiti „fair usa“-a ili ne. 13

4. LICENCE 13

4.1. Creative Commons (CC) 14

4.2. Michael Miller v Kendall Jenner 15

5. AUTORSKA PRAVA I DRUŠTVENE MREŽE 17

5.1. Slučaj Mashable 19

5.2. YouTube/Cyando – tko snosi krivnju? 20

6. POP-UP REKLAME I AUTORSKO PRAVO 23

7. ISTRAŽIVAČKI DIO - ISPITIVANJE UPOZNATOSTI S POJMOM AUTORSKOG PRAVA I NJEGOVE ZAŠTITE 26

8. ZAKLJUČAK 32

LITERATURA 34

1 UVOD

U ovome će radu biti obrađena problematika autorskih prava prilikom on-line oglašavanja. Kroz rad biti će obrađeni zakoni i regulacije koji pravno uređuju ovaj problem, poput međunarodnih ugovora Europske unije (u daljnjem tekstu: EU), američkog „Fair use“-a propisanog Copyright zakonom, te zakonska regulacije unutar Republike Hrvatske (u daljnjem tekstu: RH) kroz Zakon o autorskom pravu i srodnim pravima i Kazneni zakon.

Uz „Fair use“ i kriterije koji ga određuju biti će obrađen i pojam Creative Commons licenci, kao jednog od fundamentalnog načina zakonske regulacije autorskog djela koje se koristi od treće strane u komercijalne ili ne komercijalne svrhe. Ovi pojmovi pobliže će biti objašnjeni kroz slučaj Michael Miller v Kendall Jenner iz 2017.

Posebna pažnja biti će pridodana raspodjeli krivnje u slučajevima povrede autorskih prava na društvenim mrežama, postavljajući pitanje nositelja krivnje. Pružatelj platforme ili korisnik? Ova problematika biti će obrađena kroz dva slučaja - Sinclair v. Mashable Inc i onom spojenih predmeta YouTube i Cyando.

Najveći naglasak na on-line oglašavanje biti će stavljen na obradu problematike autorskih prava i pop-up reklama obrađenih kroz više slučajeva i temeljenih na znanstvenom radu Vikrant Narayan Vasudeva Pop-up Advertising - Grey Areas in the Context of Copyright Law iz 2009.

U istraživačkom djelu rada kroz anketu i kvantitativnu metodu analize biti će ispitana ciljana skupina studenata, trenutnih ili bivši, fakulteta vezanih uz umjetnost, kreativne znanosti ili oglašavanje te zaposlenika u istim tim i srodnim područjima. Takvom anketom će se prikupiti podatci s ciljem analize i uvida njihove upoznatosti s pojmom autorskih prava, bilo njihovih ili tuđih te njihove potrebe za pokretanjem pravnih postupaka u slučajevima kada je do njih došlo.

2. POJAM I ODREĐENJE AUTORSKOG PRAVA

Kako bi u potpunosti razumjeli problematiku autorskih prava prilikom oglašavanja na internetu, moramo razumjeti povijest samoga pojma zaštite autorskih prava, te kako se ono razvilo od svojih povoja do današnje problematike autorskih i srodnih prava, njihove zaštite i interneta.

U Zakonu o autorskom pravu i srodnim pravima Republike Hrvatske (Narodne Novine 167/03, 79/07, 80/11, 125/11, 141/13, 127/14, 62/17, 96/18) (u daljnjem tekstu: ZAPSP) u članku 5. st. 1. autorsko djelo je definirano kao "originalna intelektualna tvorevina iz književnoga, znanstvenog i umjetničkog područja koja ima individualni karakter, bez obzira na način i oblik izražavanja, vrstu, vrijednost ili namjenu. Prema članku 5. st. 2. ZAPSP-a autorska djela su "jezična djela (pisana djela, govorna djela, računalni programi), glazbena djela, s riječima ili bez riječi, dramska i dramsko-glazbena djela, koreografska i pantomimska djela, djela likovne umjetnosti (s područja slikarstva, kiparstva i grafike), bez obzira na materijal od kojega su načinjena, te ostala djela likovnih umjetnosti, djela arhitekture, djela primijenjenih umjetnosti i industrijskog dizajna, fotografska djela i djela proizvedena postupkom sličnim fotografskom, audiovizualna djela (kinematografska djela i djela stvorena na način sličan kinematografskom stvaranju), kartografska djela, prikazi znanstvene ili tehničke prirode kao što su crteži, planovi skice, tablice i dr.".

Prema ZAPSP-u članku 5. st. 4. predmet autorskog prava je "autorsko djelo u cjelini, uključujući i nedovršeno autorsko djelo, naslov te dijelovi autorskog djela koji udovoljavaju pretpostavkama određenim tim zakonom".

Prema Katulić (2006) zaštita intelektualnog vlasništva, pa s time i nekih primitivnih oblika autorskih prava, datira još iz drevnih civilizacija koje su sadržavale neke oblike zaštite patenata. Zapise tih početaka pravne regulacije ove problematike nalazimo i u Shulkhan Arukh-u, za kojega se smatra da je jedan od najopširnijih i najutjecajnijih zapisa židovskih prava uz Talmund. Tada su taj pojam definirali kroz Gnevat ha daat, hebreski za „krađa ideja".

Kako navodi Bogdanović (2017) izumom Gutembergova tiskarskog stroja se javlja pojam, za to vrijeme, masovne reprodukcije gotovo jednake kvalitete kao i originala,

no ne nužno od ruke izvornog autora. Tako se 1557. godine osniva „Stationer's Company“, no on je funkcionirao više kao oblik cenzure od strane crkve nego ikakva zaštita prava. Gotovo stoljeće nakon, 1662. godine, Engleski parlament izglasava “Licensing Act“, u njemu propisuju tiskanje isključivo onih knjiga koje su upisane u registar Stationer's Company-a, te svaka javna publikacija mora imati vidljivo otiskano ime autora i nakladnika. Za one koji su svjesno ili nesvjesno kršili “Licensing Act“ nije bila propisana nikakva sankcija ili kazna.

Horvat i Živković (2013) ističu da su se prava autora se po prvi puta zakonski reguliraju 10. travnja 1710. godine kroz „Zakon kraljice Ane“,i s time Engleska postaje prva zemlja koja ovo pitanje uređuje zakonski. Kroz zakon se reguliraju tri najbitnije stavke:

1. odvaja se cenzura od pitanja vezanih uz intelektualno vlasništvo.

2. pri sudskim sporovima izdavača pojavljuje se ideja nematerijalnog vlasništva ili vlasništva nad duhovnim dobrima.

3. autore se dovodi u prvi plan pri razmatranjima intelektualnog vlasništva i daje im se određeni zakonski status.

Bogdanović (2017) navodi kako danas razlikujemo individualna i kolektivna prava. Individualna prava su ona u kojima uživa sam vlasnik djela, dok kolektivna prava su ona koja uživaju autori čija autorska prava zastupaju i zaštićuju agencije ili udruženja za kolektivno zastupanje i zaštitu autorskih prava.

Knorr (2017) kao krucijalni problem dosadašnjih pravnih regulacija u sferi zaštite autorskih prava navodi činjenicu da svi zakoni dosad doneseni reguliraju samo u granicama određene države. Godine 1886. u Bernu dolazi do sklapanja Bernske konvencije za zaštitu književnih i umjetničkih djela (1886). Ova Konvencija bila je prvi međunarodni pravni dokument koji je uređivao problematiku autorskih prava na međunarodnoj razini (dopune i izmjene Konvencije - 1896., 1908., 1914., 1928., 1948., 1967. i 1971 godine). Tako je UN 1967. osnovao Svjetsku organizaciju za intelektualno vlasništvo (World Intellectual Property Organization – WIPO), s ciljem zaštite intelektualnog vlasništva.

Selimić (2021) navodi kako su na području bivše Jugoslavije, odmah potom njenog raspada, sve države bivše članice oformile neki oblik vlastitog zavoda ili instituta za intelektualno vlasništvo koje je dotada bilo po regulacijom Jugoslavije. Oni su se

razvijali u skladu s ostalim oblicima državnosti, te se danas najrazvijenijima na tome polju smatraju Slovenački ured za intelektualnu svojinu i Državni zavod za intelektualno vlasništvo Republike Hrvatske.

No, najbitnija stavka je još uvijek bila donekle neuređena, te problematična i u današnje vrijeme, a to je kontrola profita pri regulaciji autorskih prava. Ovaj aspekt regulira se srodnim (koneksnim) pravima koja sadrže imovinsko pravne i osobno pravne komponente vezane uz pravovjernu zaštitu i kompenzaciju umjetnika i osoba koje polažu prava na određena intelektualna vlasništva zaštićena zakonom o autorskim pravima.

2.1. Autorska prava i međunarodni ugovori

Svaka država ima svoje zasebne zakone i regulacije autorskih prava, no kako je ranije spomenuto postoje određeni međunarodni ugovori koji funkcioniraju na razini više zasebnih država, dok zemlje Europe od 1990-ih godina rade značajne pomake i napore ka usklađenju svojih zakona. EU, i njegove članice, su tako usuglasile većinu svojih zakona o autorskih i srodnim pravima, dok neke druge zemlje svijeta imaju dijametralno različita pravila u tome polju. Što nas dovodi do problematike društvenih mreža koje djeluju na globalnoj razini i svojim korisnicima omogućavaju pristup sadržaju iz cijeloga svijeta.

Srećom postoje određeni međunarodni ugovori koji zakonski reguliraju u slučajevima međunarodnog kršenja autorskih prava. Već ranije spomenuta Bernska konvencija za zaštitu književnih i umjetničkih djela (1886) bila je jedna od prvih ovakvih pravnih dokumenata i još uvijek je aktivna u vidu Pariškog akta iz 1971.

Kako ističu Horvat i Živković (2013) Univerzalna konvencija o autorskom pravu (1952) prema izvornom tekstu potpisana u Ženevi je također još uvijek na snazi. U Ženevi je potpisan i Ugovor o autorskom pravu Svjetske organizacije za intelektualno vlasništvo (1996), a takvi se ugovori nazivaju internetskim ugovorima upravo zbog toga jer se njima rješava pitanje autorskih prava u digitalnom okruženju. RH ih je usvojila 1997 godine. Svi ti pravni dokumenti su važeći i do danas.

2.2. Autorsko pravo i srodna prava na jedinstvenom digitalnom tržištu - EU

Za EU možda najbitniji pomak u zaštiti autorskih prava u online svijetu je Direktiva Vijeća EU o autorskim pravima na jedinstvenom digitalnom tržištu iz 2019 godine (COM/2016/0593 final - 2016/0280) koja u trenutku pisanja ovog rada još nije implementirana u zakone svih zemalja članica. Razlozi uvođenja ove direktive su prema stajalištu EU "novi načini uporabe te novi dionici i novi poslovni modeli. U digitalnom okruženju pojačala se prekogranična uporaba, a potrošačima su se otvorile nove mogućnosti za pristupanje sadržaju zaštićenom autorskim pravima. Iako su ciljevi i načela utvrđeni u okviru EU-a za zaštitu autorskih prava čvrsti, potrebno ga je prilagoditi novoj stvarnosti. Kako bi se izbjegla fragmentiranost na unutarnjem tržištu potrebna je i intervencija na razini EU-a." (Prijedlog Direktive (EU) 2019/790, 2019)

Ovom direktivom EU prepoznaje se brzina promjene tržišta u želji – „kako bi se ostvarilo pravedno tržište za autorsko pravo koje dobro funkcionira, trebalo bi uspostaviti i pravila o pravima u pogledu publikacija, o tome kako pružatelji internetskih usluga pohranjivanja i davanja pristupa sadržajima koje su učitali korisnici mogu koristiti djela ili druge predmete zaštite, o transparentnosti ugovora autorâ i izvođačâ, o naknadama autorâ i izvođačâ, kao i o mehanizmu za opoziv prava koja su prenijeli autori i izvođači na isključivoj osnovi." (Prijedlog Direktive (EU) 2019/790, 2016)

Dok s jedne strane ova direktiva postrožuje moguće kazne za one pružatelje usluga koji su prekršili određena autorska prava, omogućili njihovo kršenje ili ne pravomjerno reagirali na kršenje prava na svojim stranicama, s druge strane olakšava upotrebu materijala zaštićenog autorskim pravima i licenciranje koje u konačnici omogućuju većem broju ljudi zakonski reguliran pristup sadržaju.

Dok se autorska prava zanemaruju u slučajevima rudarenja teksta i podataka, korištenja djela u svrhu za davanja primjera u nastavi i očuvanja kulturne baštine. Slučajevi davanja primjera u nastavi, ne bi se smjeli miješati sa slučajevima korištenja djela u informativne svrhe, kada autor polaže pravo na odgovarajući dio prihoda.

Tako je za pružatelje usluga ovom direktivom propisano vezano za korištenje zaštićenog sadržaja od strane platformi dijeljenja sadržaja putem interneta da pružatelji usluge dijeljenja sadržaja putem interneta trebaju dobiti dozvolu od nositelja prava da djela koja su prenijeli njihovi korisnici učine dostupnima javnosti, na primjer putem ugovora o licenciranju. Ako licenca nije sklopljena, dotične platforme imaju koristi od

mehanizma ublažavanja odgovornosti, ali moraju „učiniti sve u svojoj moći" da bi osigurale da neovlašteni sadržaj ne bude dostupan na njihovim internetskim stranicama. Oni moraju uložiti te napore na temelju relevantnih i potrebnih informacija koje daju nositelji prava. Korisnicima je omogućeno da objavljuju sadržaj u posebne svrhe citiranja, kritike, osvrta, karikature, parodije ili pastiša, i mogu koristiti pritužbene mehanizme i mehanizme pravne zaštite zbog sadržaja koji je pogrešno blokiran ili uklonjen s platformi." (Autorsko pravo i srodna prava na jedinstvenom digitalnom tržištu, sažetak dokumenta 2019/790, 2019*)*

Dakle ova direktiva nalaže da pružatelji usluga imaju obavezu nadgledati i sprječavati potencijalno kršenje autorskih prava, a ako ne nadziru i uklone sadržaj koji krši propisane zakone, mogu biti smatrani pravno odgovornima. Ovo uvelike mijenja raspodjelu odgovornosti, jer ona ne leži samo na radnjama pojedinca, već odgovornost snosi i korporacija koja daje platformu preko koje su ove radnje omogućene. Također se omogućuje takozvani "link tax" što je jednostavno rečeno obavezni porez kojega pružatelj platforme plaća trećoj strani na temelju njihovih sadržaja koje prikazuje.

Predviđeno je da se ovom direktivom uspori brzina dijeljenja sadržaja unutar EU i korporacija s središtem u njoj, no to „usporenje" je gotovo zanemarivo za prosječnog korisnika, a nudi puno veću zaštitu i regulaciju sadržaja koji se dijeli i od kojeg se profitira.

Kako stoji u sažetku ranije spomenute Direktive o autorskim pravima iz 2019. korporacije će također imati veću kontrolu nad sadržajem zaštićenim autorskim pravima, što će donijeti velike promjene načinu distribucije sadržaja, pošto osim što će moći imati veću kontrolu nad tuđim korištenjem njihovog sadržaja, snositi će veće posljedice u slučaju kada upravo one koriste tuđe autorske radove u svrhu vlastite promocije. Takvi slučajevi će biti obrađeni kasnije u radu.

Kao što je već napomenuto, regulacije interneta i autorskih prava na njemu ne mogu stati na geografskim granicama određenih zemalja ili kontinenata, te se predviđa da zbog nezanemarive gospodarske moći EU ova direktiva će donijeti promjene na globalnoj razini.

U ovome radu biti će obrađene i američke zakonske regulacije autorskih prava kroz određene primjere iz prakse.

2.3. Pravna regulacija autorskih prava u Republici Hrvatskoj

Kako navode Horvat i Živković (2013) pravna regulacija autorskih prava na području RH datira još iz 1812. kada je velik dio hrvatskog teritorija bio pod Ilirskim pokrajinama. Potom je pod austrijskom vlasti na snazi bio Carski patent o zaštiti književnog i umjetničkog vlasništva, koji se u RH i Slavoniji primjenjuje se od 1853 godine, te Zakon o autorskom pravu kojega donosi hrvatsko-ugarski sabor. Posljednji zakon vezan uz ovo područje u RH je donesen u listopadu 2003. godine.

Zaštita moralnih i materijalnih prava koja potječe iz kulturnog, umjetničkog ili intelektualnog stvaralaštva je čak zaštićena Ustavom Republike Hrvatske (Narodne Novine, 56/90, 135/97, 08/98, 113/00, 124/00, 28/01, 41/01, 55/01, 76/10, 85/10, 05/14) koji u članku 69. navodi da se "jamči sloboda znanstvenoga, kulturnog i umjetničkog stvaralaštva. Država potiče i pomaže razvitak znanosti, kulture i umjetnosti. Država štiti znanstvena, kulturna i umjetnička dobra kao duhovne narodne vrednote. Jamči se zaštita moralnih i materijalnih prava koja proistječu iz znanstvenoga, kulturnog, umjetničkog, intelektualnog i drugog stvaralaštva. Država potiče i pomaže skrb o tjelesnoj kulturi i športu"

2.4. Zakon o autorskom pravu i srodnim pravima

Prema članku 9. ZAPSP unutar RH autor je definiran kao "fizička osoba koja je određeno djelo stvorila", dok u slučaju više autora koji su sudjelovali pri izradi istog djela pričamo o koautorskom djelu. Autorska prava imaju sve karaktere privatnih prava, dakle štite individualne interese, osim u slučaju koautorstva, no tada se kolektiv pravno gleda kao pojedinac. Slučajevi koautorstva detaljnije su definirani i obrađeni u „Pravilniku o stručnim mjerilima i postupku izdavanja odobrenja za obavljanje djelatnosti kolektivnog ostvarivanja prava i o naknadama za rad vijeća stručnjaka za naknade u području autorskog prava i srodnih prava" (Narodne Novine 107/2017)

Autorsko djelo je definirano člankom 5. ovog zakona kao "originalna intelektualna tvorevina iz književnoga, znanstvenog i umjetničkog područja koja ima individualni karakter, bez obzira na način i oblik izražavanja, vrstu, vrijednost ili namjenu.

Autorskim pravima po ovome zakonu nisu i ne mogu biti zaštićene ideje, znanstvena otkrića, postupke, metode rada i matematički koncepti, tekstovi objavljene radi

službenog informiranja javnosti ili vijesti koje imaju funkciju obične medijske informacije. Članak 6. navodi da su „prijevodi, prilagodbe, glazbene obrade i druge prerade autorskog djela, koje su originalne intelektualne tvorevine individualnog karaktera, zaštićene su kao samostalna autorska djela“.

Autorsko pravo po članku 13. ovoga zakona mora sadržavati “moralna prava autora, imovinska prava autora i druga prava autora, osim ako tim zakonom ili nekim drugim pravnim dokumentom nije drugačije odlučeno”.

Autor kroz institut moralnih prava ima pravo prve objave (članak 14.), pravo na priznanje autorstva (članak 15.), pravo na poštivanje autorskog djela i čast ili ugled autora (članak 16.) i pravo na pokajanje (članak 17.). Dok mu imovinska prava garantiraju, možda za ovaj rad najbitnije, pravo stavljanja na raspolaganje javnosti (članak 30.), pravo distribucije (članak 20.) i pravo prerade (članak 31.). Druga prava propisana ovim zakonom su prava na naknadu, pravo slijeđenja i ostala druga prava autora. Iznos i detalji naknade za autorska prava detaljnije su definirani u „Pravilniku o visini naknade za rad vijeća stručnjaka za naknade u području autorskog prava i srodnih prava“.

Hrvatski zakoni štite autore jedino na geografskom području RH, no u današnje doba interneta i društvenih mreža kršenje autorskih prava i financijska dobit od njihovog kršenja se najčešće događa preko interneta.

2.5. Odredbe Kaznenog zakona vezane za autorska prava

Kaznenim zakonom Republike Hrvatske (Narodne Novine 125/11, 144/12, 56/15, 61/15, 101/17, 118/18, 126/19, 84/21) propisani su zakonski okviri kazni kršitelja tuđih autorskih prava. Regulaciju istih možemo naći u članku 284. istog zakona. Tako Kazneni zakon u članku 284. st. 2. propisuje da “u slučajevima gdje osoba protivno propisima kojima su autorska i njegova srodna prava uređeno propisima pod krivim imenom, svojim imenom ili imenom drugoga označi tuđe autorsko djelo ili protivno autorovoj zabrani označi djelo autorovim imenom te ga objavi ili se koristi njime ili dopusti da se to učini, kaznit će se kaznom zatvora do jedne godine.” Jednaka kazna je člankom 284. st. 1. propisana i onima koji “pod krivim imenom, svojim imenom ili imenom drugoga označi tuđu izvedbu umjetnika izvođača ili je protivno zabrani

umjetnika izvođača označi imenom umjetnika izvođača te je objavi ili se koristi njome ili dopusti da se to učini" i onome tko "protivno propisima kojima se uređuje autorsko i srodna prava unese dijelove tuđeg autorskog djela ili tuđe izvedbe umjetnika izvođača u svoje autorsko djelo ili u svoju izvedbu s ciljem pribavljanja koristi ili nanošenja štete" (članak 284. st. 3.)

U članku 258. st.1. Kazneni zakon određuje zatvorsku kaznu u trajanju do tri godine onome tko "protivno propisima kojima se uređuju autorsko i srodna prava reproducira, preradi, distribuira, skladišti ili poduzima druge radnje radi distribucije ili priopći javnosti na bilo koji način tuđe autorsko djelo ili dopusti da se to učini i na taj način pribavi imovinsku korist ili prouzroči štetu", a jednaka zatvorska kazna je propisana člankom 258. st. 2 za one koji "protivno propisima kojima se uređuje autorsko i srodna prava fiksira tuđu nefiksiranu izvedbu umjetnika izvođača, reproducira, preradi, distribuira, skladišti ili poduzima druge radnje radi distribucije tuđe fiksirane izvedbe umjetnika izvođača ili priopći javnosti na bilo koji način tuđu fiksiranu ili nefiksiranu izvedbu umjetnika izvođača ili dopusti da se to učini i na taj način pribavi znatnu imovinsku korist ili prouzroči znatnu štetu.". Članak 258. st. 3. Kaznenog zakona jednaku kaznu propisuje za onoga tko "ukloni ili preinači podatke o upravljanju tim pravima i na taj način pribavi znatnu imovinsku korist ili prouzroči znatnu štetu".

Prema članku 258. st. 5. počinitelj će biti kažnjen i u slučajevima pokušaja kršenja jednog od ovih zakona, dok će predmeti dobivenim produktom kršenja nekih od ovih zakona biti " oduzeti, a predmeti koji su nastali počinjenjem tih kaznenih djela će se uništiti osim ako onaj čije je pravo povrijeđeno zatraži njihovu predaju uz naknadu koja ne može biti viša od troškova njihove proizvodnje".

Prema posljednjem članku ovoga zakona koji se bavi problematikom autorskih prava, članku 286. st. 1. kaznom zatvora do jedne godine kaznit će se onaj tko "protivno propisima kojima se uređuju autorsko i srodna prava reproducira, distribuira, skladišti ili poduzima druge radnje radi distribucije, ili stavi na raspolaganje javnosti tuđi fonogram ili dopusti da se to učini i na taj način pribavi znatnu imovinsku korist ili prouzroči znatnu štetu". Stavak 2. istoga članka propisuje istu kaznu u slučajevima kada prekršitelj "javno prikaže ili stavi na raspolaganje javnosti tuđi videogram ili dopusti da se to učini i na taj način pribavi znatnu imovinsku korist ili prouzroči znatnu štetu" protivno propisima kojima se uređuje autorsko pravo i srodna prava. Prema stavku 3.

istoga članka jednaka zatvorska kazna je propisna i za onoga tko "reemitira tuđe emitiranje, ili javno priopći tuđe emitiranje uz plaćanje ulaznica ili stavi na raspolaganje javnosti tuđe emitiranje ili dopusti da se to učini", te onoga tko " osujećuje tehničke mjere za zaštitu srodnih prava proizvođača fonograma, videograma ili organizacija za radiodifuziju ili ukloni ili preinači podatke o upravljanju tim pravima ili dopusti da se to učini i na taj način pribavi znatnu imovinsku korist ili prouzroči znatnu štetu". Kao i u slučaju s prethodnim stavcima ovoga članka, stavkom 6. propisana je kazna i za pokušaje kršenja ovih zakona, prema kojem će svi predmeti namijenjeni ili uporabljeni za počinjenje ovih kaznenih djela biti "oduzeti, a predmeti koji su nastali počinjenjem tih kaznenih djela će se uništiti osim ako onaj čije je pravo povrijeđeno zatraži njihovu predaju uz naknadu koja ne može biti viša od troškova njihove proizvodnje".

Jasno je kako je hrvatski Kazneni zakon obuhvatio veliku širinu u području autorskih prava i predviža ozbiljne kaznene sankcije za kršenje tih prava, ali je u praski provedba takvih odredbi uvijek na magrinama i vrlo se rijetko pokreće postupak za utvrđivanje takvih kršenja, upravo zbog manjka poznavanja prava i materije s kojima bi svi autori određenih djela trebali biti upućeni. Takvo nepoznavanje vlastitih prava dovodi do banaliziranja autorskog prava i prava autora.

3. FAIR USE

Pojam „fair use"-a proizlazi iz američkog pravosuđa, no zbog globalizacije interneta i činjenice da velik dio korporacija u čijem su vlasništvu društvene mreže ima sjedište u Americi ovaj se pojam udomaćio u mnogim pravilnicima pružatelja online platformi.

Američki zakon o autorskim pravima (17 U.S.C.) proizlazi iz njihovog američkog Ustava (1789) a detaljnije se definira kroz američki Zakon o autorskim pravima - Copyright Act (1976). U njemu je „fair use“ definiran na sljedeći način:

„Fair use djela zaštićenog autorskim pravima, uključujući upotrebu reprodukcijom u kopijama ili fono zapisima ili na bilo koji drugi način naveden u ovom odjeljku, u svrhe kao što su kritika, komentari, izvještavanje vijesti, podučavanje (uključujući više primjeraka za upotrebu u učionici) , stipendija ili istraživanje nije kršenje autorskih prava. Pri određivanju je li upotreba djela u bilo kojem konkretnom slučaju zakonska, čimbenici koji se trebaju uzeti u obzir uključuju: svrhu i karakter upotrebe, uključujući to je li takva uporaba komercijalne prirode ili je u neprofitne obrazovne svrhe; priroda djela zaštićenog autorskim pravima; količina i značajnost dijela koji se koristi u odnosu na autorsko djelo u cjelini; i učinak upotrebe na potencijalno tržište ili vrijednost djela zaštićenog autorskim pravima.“(Copyright Law of the United States of America, §107)

Slične su iznimke koje su propisane i Direktivom o autorskskim pravima i srodnim praimaa na jedinstvenom digitalnom tržištu na području EU-a. Pri određivanju „fair use“-a koristimo četiri glavna faktora, o čemu će biti govora u nastavku.

3.1.Svrha i karakter upotrebe

Kao što se navodi na U.S. Copyright Office, službenoj stranici američkog Ureda za autorska prava, ako se djelo zaštićeno autorskim pravima koristi u jednu od ranije spomenutih svrha, uzmimo za primjer kritiku ili komentar, koja je učestali format na društvenim mrežama, tada zaštita autorskih prava na štiti djelo od daljeg prikazivanja i korištenja druge strane. Pošto se taj čin gleda kao „interes javnosti“. U slučajevima kada moguća kršenja ove prirode dođu do suda, utvrđuje se da li je materijal u kojem se nalazi autorsko djelo transformativno. Kod ovakvih slučajeva ne postoje striktni parametri razlučivanja, već je često „case to case“. Tako na primjer nije svako kršenje autorskih prava u komercijalne, primjerice pri oglašavanju, može biti zaštićeno ovom iznimkom ako sud utvrdi da je originalni materijal dovoljno izmijenjen ili samim korištenjem potiče razvoj umjetnosti i znanosti propisna američkim ustavom i samim time je u interesu šire javnosti (U.S. Copyright Office, 2021).

U slučaju Boesen, v. United Sports Publications (20-CV-1552, 2020) gdje je fotograf tužio United Sports Illustrated zbog neautoriziranog njegove fotografije u članku sud se dotakao ovog kriterija. Fotografija je prvotno objavljena kao objava na profilu tenisačice Caroline Wozniacki, te je unutar članka bila objavljena kao dio objave na društvenoj mreži, a ne isključivo kao fotografija. U ovom slučaju dakle sud je presudio u korist United Sports Illustrated, jer zbog svrhe i karakteristike korištenja djela zaštićenog autorskim pravima ono je dopušteno ovom iznimkom.

3.2. Priroda zaštićenog dijela

Copyright priroda zaštićenog dijela se određuje faktorima da li je objavljeno ili ne objavljeno, te da li je djelo publicističke ili beletrističke prirode.

D li je djelo objavljeno ili ne objavljeno je faktor odlučivanja „fair use“-a od 1992 kada je odlukom američkog Kongresa izmijenjen „Copyright law“. Ova odluka je donesena s željom zaštite tajnosti neobjavljenih djela.

Publicistička djela iako mogu biti zaštićena autorskim pravima, po svojoj prirodi češće zaštićeni „fair use“-om. (U.S. Copyright Office, 2019)

3.3. Količina i značajnost korištenog dijela

U slučaju korištenja nečijeg djela zaštićenim autorskim pravima bitno je obratiti pažnju i na količinu korištenog materijala. Tako će se pri određivanju „fair use“-a u obzir uzeti da li je iskorišteno više nego što je potrebno zaštićenog materijala kako bi se prenijela zamišljena poruka. (U.S. Copyright Office, 2019)

Uzmimo za primjer terensko televizijsko izvještavanje s neke glazbene izvedbe. Dokle god se u prilogu koristi količina audio-vizualnih materijala koji ne prelaze količinu potrebnu za izvještavanje i prenošenje vijesti, tada novinari i urednici uživanju u „fair use“-u, dok, kada bi prilog bio pretežito snimka u trajanju cijele izvedbe s minimalnim izvještavanjem, tada se već priča o slučaju kršenja autorskih prava koji nije zaštićen „fair use“-om.

3.4. Učinak na potencijalno tržište i vrijednost djela

Na učinak na potencijalno tržište i vrijednost djela se stavlja poseban naglasak prilikom određivanja činjenice da li autor uživa u zaštiti „fair usa“-a ili ne.

Ovaj faktor u svom fokusu ima zaštitu interesa nositelja autorskih prava kako bi se ograničila i kontrolirana upotreba zaštićenog dijela u slučajevima kada se pretjeranom eksploatacijom djela, kontekstom u kojem se prikazuje ili sl. može doći do nepovoljnog utjecaja na trenutno ili potencijalno tržište toga djela. Potencijalno tržište se, u nedostatku trenutnog, određuje da li je potencijalno tržište razumno, tradicionalno ili postoji razumno i logično vjerovanje da će se tržište razviti (U.S. Copyright Office, 2019).

Tako na primjer neće jednako biti gledano na povredu autorskih prava u slučaju kada je djelo koje je korišteno dostupno preko interneta, ali besplatno, i djelo koje je dostupno jedino preko pretplate. Dakle, u drugom slučaju se u obzir uzima i potencijalna tržišna vrijednosti tog djela na Internetu.

U procjenjivanju ovog faktora također se referiramo i na prethodni, količina i značajnost korištenog dijela, gdje se u obzir dakle uzima i u kojoj količini je djelo iskorišteno. Budući da se nezakonito iskorištavanje pjesme kao audio podloge u reklami uvelike razlikuje u štetnosti prema originalnom autoru ako je iskorištena cijela neizmijenjena pjesma ili samo sample dijela pjesme (U.S. Copyright Office, 2019).

Pri određivanju ovog faktora posebna se pažnja pridaje i parodijama, kao što je sud zaključio u slučaju Campbell v. Acuff-Rose Music, (1994) 510 U.S. 569 -

„(...) kada parodija, poput oštre kazališne revije, ubija potražnju za originalom, ona ne stvara štetu koja se može spoznati prema Zakonu o autorskim pravima. Budući da "parodija može sasvim legitimno imati za cilj „ubiti“ izvornika, uništavajući ga komercijalno i umjetnički", uloga sudova je razlikovati "oštru kritiku koja potiskuje zahtjev i kršenje autorskih prava koja ga planski uništava“.

4. LICENCE

U slučaju kada se zakonito želi koristiti neko djelo zaštićeno autorskim pravima i zbog prirode korištenja tog djela njegovo korištenje nije opravdano „fair use“-om, tada koristimo licence.

Pri objavljivanju vlastitog sadržaja na internetu mora postojati svijest da većina pružatelja usluga ne dopušta apsolutno polaganje prava korisnicima na sadržaj koji objavljuju. Tako u Yahoo!-ovim uvjetima pružanja usluge, koji su ujedno i važeći za Flickr na kojega su učitane velike količine fotografija korisnika, stoji:

[…] Dajete Yahoo! bez naknade, trajno, neopozivo, neisključivo i potpuno podlicencirano pravo i dozvola za korištenje, reprodukciju, izmjenu, prilagođavanje, objavljivanje, prevođenje, stvaranje izvedenih djela iz, distribuciju, izvođenje i prikaz takvog Sadržaja (u cijelosti ili djelomično)) diljem svijeta i/ili da ga uključe u druga djela u bilo kojem obliku, mediju ili tehnologiji koja je sada poznata ili kasnije razvijena […] (Yahoo, Copyright, 2021)

Ova situacija se u nekoj mjeri može izbjeći licenciranjem svoga sadržaja. Na ovaj način autor na jednostavan način uređuje i kontrolira pod kojim uvjetima, tko i za koliko eventualnu kompenzaciju može koristiti njihov rad.

Za potrebu ovoga rada obraditi ćemo jedino licence pod Creative Commons-om.

4.1. Creative Commons (CC)

Creative Commons 2001 godine je osnovao Lawrence Lessig kao jednostavan, pristupačan i razumljiv alat kojim bi autori mogli baratati licencama i autorskim pravima svojih radova objavljenih online. Na vlastitim stranicama navode:

„Kombinacija naših alatki i naših korisnika čini veliko i sve veće blago digitalnih zajedničkih dobara, pool sadržaja koje se slobodno može umnožavati, distribuirati, remiksirati i prerađivati, a sve to unutar granica autorskog i srodnih prava“ (Creative Commons, 2021).

Odabirom jedne od Creative Commons licenci autor zadržava svoja autorska i srodna prava, a drugima dopušta korištenje djela, ali uz odobrenje autora i pod uvjetima propisanim licencom.

Licence se izdaju i funkcioniraju u tri sloja. Prvi je pravni i formuliran je kao tradicionalni pravni dokument, te se naziva sloj Pravnog teksta licence. Drugi sloj je Commons Deed, napravljen za sve korisnike licence koji nisu upoznat s pravnim jezikom, kako bi uporaba licenci bila pristupačnija onima koji ih uistinu najviše i koriste. To je pojednostavljena verzija Pravnog teksta licence u kojoj su laičkim

jezikom objašnjene najvažnije odredbe i uvijeti licence. Treći, i možda najvažniji sloj licence, je CC Rights Expression Language (CC-ov jezik za iskaz prava), on je predviđen za softvere, pretraživače i ostale tehnologije i na njima čitljivom jeziku komunicira ključne slobodne i prava sadržane u licenci (Creative Commons, 2021).

Ovim slojevitim sistemom Creative Commons licence omogućuju da su one razumljive njihovim stvarnim korisnicima, ali i mreži dok istovremeno imaju pravnu podlogu.

Tako među Creative Commons licencama nalazimo - CC BY, uz ovu licencu dopuštena je distribucija, remiksanje, prilagođavanje i nadogradnja djela u komercijalne svrhe dokle god se pripisuju zasluge autoru izvorne kreacije.

CC BY-SA, sadrži ista prava kao i CC BY, no razlikuju se po tome što svi novi radovi koji se temelje na vašem nosit će istu licencu pa će svi derivati dopustiti i komercijalnu upotrebu.

CC BY-ND, ova licenca dopušta drugima dopušta drugima da neograničeno koriste djelo u bilo koju svrhu, uključujući i komercijalnu. No, njen prilagođeni oblik ne može se dijeliti dalje i moraju se dati zasluge izvornom autoru.

CC BY-NC, dopuštena je distribucija, remiksanje, prilagođavanje i nadogradnja djela ali u nekomercijalne svrhe, no svejedno moraju dati zasluge originalnom autoru. Naredna djela izvedena iz tih radova ne moraju biti licencirana pod istim uvjetima.

CC BY-NC-SA, , dopuštena je distribucija, remiksanje, prilagođavanje i nadogradnja dijela, također u nekomercijalne svrhe, sve kreacije moraju biti licencirane pod istim uvjetima i moraju dati zasluge originalnom autoru.

CC BY-NC-ND, dopušta drugima preuzimanje vašeg djela i dijeljenje s drugima, ali zabranjuje intervencije na tom dijelu ili korištenje u komercijalne svrhe. Također moraju kreditirati izvornog autora.

U slučaju ako autor želi svoje djelo postaviti kao javno dobro, može to preko CCO pravnog akta (Creative Commons, 2021).

4.2. Michael Miller v Kendall Jenner

Često u bespućima Interneta korisnici zaboravljaju na potrebu za licencom, što u privatnim slučajevima je često prolazi nekažnjeno, jedina posljedica je davanje zasluge

originalnom autoru ili brisanje sadržaja, no kada se koristi u komercijalne svrhe situacija je drugačija.

Takav se slučaj dogodio se s capsule kolekcijom Kendall i Kylie Jenner koja je u sebi sadržavala majice s likovima Tupac Shakura, Biggie Smallsa, Black Sabbatha, Metallice, Pink Floyda i mnogih drugih. Naime, nisu zatražile dopuštenje za korištenje fotografija i lica, a zbog čisto komercijalne prirode proizvoda i upitno moralne – slučaj je završio na sudu.

Voletta Wallace, majka Biggie Smallsa, javno je optužila sestre Jenner za eksploataciju lika i dijela njenog preminulog sina, te je putem pravnog tima sestrama uputila cease-and-desist letter. Cease-and-desist letter su također poslali i predstavnici the Doorsa s objašnjenjem da je to „u najblažem slučaju ironično, a u najgorem slučaju kriminalno, i moralno, etički i umjetnički" (The Doors' Cease-and-Desist Letter to Kendall and Kylie Jenner, 2017).

No, za svrhe ovoga rada puno je zanimljiviji slučaj s Michael Millerom, čiji odvjetnik je u izjavi za Billboard istaknuo da –

"Miller ni u jednom trenutku nije pokušavao povezati svoj rad s Kendall ili Kylie ili bilo kojom njihovom tvrtkom, otuđene su i nezakonito iskorišćene najmanje dvije originalne fotografije pokojnog hip-hop umjetnika Tupaca Shakura, otiskujući ikonične fotografije na odjeću i prekrivajući ih sumnjivim slikama i tekstom“ (Billboard, 2017). Miller nikada nije bio obaviješten o korištenju njegovog dijela u ovu svrhu. Sve korištene fotografije su registrirane u američkom Uredu za autorska prava, ta kao takve uživaju sva prava dijela zaštićenih zakonom o autorskim pravima, te u slučaju kršenja ovih prava Miller zakonski može dobiti odštetu od 150.000 dolara po fotografiji (Billboard, 2017).

Miller je naime smatrao da će asocijacijom njegovog rada s brandom sestra Jenner ono gubiti na vrijednosti. Što je jedan od ključnih faktora pri određivanju „fair use“-a kada ovakvi slučajevi dođu do suđenja.

Cijeli slučaj, kao i drugi vezani uz ovu kolekciju, riješen je putem posredovanja, te je sporna kolekcija povučena iz prodaje.

5. AUTORSKA PRAVA I DRUŠTVENE MREŽE

2016 godine Pixsy je proveo istraživanje nad 800 fotografa vezano uz „krađu“, to jest nezakonito korištenje njihovih fotografija. Njih čak 64% je odgovorilo da su u prethodnoj godini bili žrtve krađe svojeg djela, dok je njih samo 22% imalo resurse za pravno rješenje tog problema. Većina „ukradenih“ fotografija, njih 49%, bila je od

strane bloggera i korisnika društvenih mreža, a 28% krađa bilo je za komercijalne reklame svrhe (Pixsy, 2016).

Hanuz (2020) navodi kako svaki korisnik društvenih mreža koji kreira autorsku post može se smatrati izdavačem, te su sva njegova djela u tom kontekstu i postala pravno zaštićeno intelektualno vlasništvo te osobe. Iako zakoni o autorskim pravima štite autorska djela nastala na opipljivom mediju, teško je dokazati originalnost kratkih objava na društvenim mrežama. Iz toga se razloga u ovome kontekstu rijetko spominje društvena mreža Twitter, na kojoj je priroda objava korisnika teško dokaziva u sferi autorskih prava. Dok s druge strane YouTube, razni streaming servisi i slično sa prirodom svojeg sadržaja su često na meti povrede autorskih prava. Također Twitter sadrži objave činjenične prirode, koje osim u slučajevima poput vijesti i udžbenika i slično ne zadovoljavaju uvjete potrebne da bi ih smatrali podložnima zakonu o autorskim pravima.

Mnogi autori i kompanije aktivno nastoje povećati popularnost svojih djela, povećavajući šansu za viralnošću, a samim time i uspješnosti svoje medijske kampanje, često koristeći likove ili djela na koja ne polažu pravo. Kompanije također često koriste objave korisnika društvenih mreža u svrhu promicanja svojeg poslovanja na društvenim mrežama, no postoji razlika između korištenja slike kako bi se povećala njezina izloženost javnosti i korištenja zamisli za osobnu dobit. Kao što smo već istaknuli u prijašnjim paragrafima ovoga rada.

STA Law Firm (2018) objašnjava kako izvorni autor objave ima sva prava intelektualnog vlasništva na sadržaj koji objavljuje na društvenim mrežama. Važno je napomenuti da svaki korisnik pristaje na uvjete korištenja i sporazumom platforme društvenih medija prilikom izrade svog računa. Ti uvjeti često uključuju izjavu o tome da svaki korisnik ima prava intelektualnog vlasništva nad svojim autorskim objavama.

Tako Facebook u svojim uvjetima korištenja sadrži stavku kako korisnik pristaje da "neće objavljivati sadržaj niti poduzimati bilo kakve radnje na Facebooku koje krše ili krše tuđa prava ili na drugi način krše zakon"(Facebook, 2018)

U daljnjim paragrafima pobliže će biti obrađeni slučajevi povrede autorskih prava na društvenim mrežama koji su uspjeli doći do suda i presuda snošenja krivnje u tim slučajevima.

5.1. Slučaj Mashable

Za autorska prava u svijetu vrlo bitan slučaj bio je upravo slučaj Mashable (18-CV-790 (KMW) (BCM)).

Godine 2020. Mashable, internetski portal, bio je tužen od strane fotografkinje Stephanie Sinclair zbog fotografije preuzete s njenog Instagram profila i korišten u njihovom članku bez njene dozvole.

Naime Mashable je prije objavljivanja članka kontaktirao Sinclair i ponudio 50 dolara za licencu korištenja njene fotografije u svome članku, što je ona odbila i samim time zabranila korištenje. No, Masahable je našao „loophole“ i fotografiju svejedno koristio, no kao ukomponirano originalnu objavu s profila fotografkinje. Mashable se pozivao na tadašnju stavku u Instagramovim uvjetima korištenja na sljedeći način:

„... ovime (Instagramu) dodjeljuje neekskluzivnu, prenosivu, sublicencibilnu, podlicencirajuću, svjetsku licencu za hostiranje, korištenje, distribuciju, izmjenu, pokretanje, kopiranje, javno izvođenje ili prikazivanje, prevođenje i stvaranje izvedenih djela vašeg sadržaja (u skladu s vašom privatnošću i postavkama aplikacije). Ovu licencu možete prekinuti bilo kada brisanjem svog sadržaja ili računa“ (Instagram, 2018).

Prvobitno sud je odlučio u korist Mashable-a pod premisom da pošto optuženik nije bio u mogućnosti osigurati licencu za korištenje od autorice fotografije, imao je svo pravo ju sublicnecirati od strane Instagrama kao pružatelja platforme (Sinclair v. Mashable Inc. (2020).

No, 2020. godine došlo je do promjene u načinu na koji Facebook, pa tako i Instragram kao njihova sestrinska firma, tretiraju ovakve slučajeve. U sličnom slučaju protiv Newsweek-a Facebook je jasno istaknu kako usprkos tome što kao platforma nude opciju dijeljena i ukomponiranje nečijih objava direktno s njihovog profila u tuđi sadržaj, za to je još uvijek potrebno odobrenje vlasnika izvorne objave. Iz ovog razloga izvorni slučaj sa Sinclar je ponovno otvoren (Sinclair v. Mashable Inc. (2020).

Ova promjena u stavu pružatelja platforme, iako se čini malena, čini veliku razliku u budućoj zaštiti kreatora sadržaja. Do tada jedina opcija zaštite od ovakvih slučajeva im je bila rad na privatnim profilima, što samo po sebi ne garantira zaštitu od nezakonitog

korištenja njihovog rada, ali uvelike smanjuje broj ljudi koji su u mogućnosti vidjeti njihov rad, te time i broj potencijalnih klijenata.

5.2. YouTube/Cyando – tko snosi krivnju?

Kada dođe do kršenja autorskih prava na internetu često se povlači pitanje – tko snosi krivnju? Pojedinac koji je prenio sadržaj online, pružatelji platforme na kojoj je došlo do kršenja autorskih prava, oboje ili netko treći?

Odgovor naravno ovisi od slučaja do slučaja, no zbog „ljudskog faktora“, interpretacije pri odlučivanja što je kršenje prava, a što je fair use, i novog svijeta koji nam je Internet omogućio trenutno živimo u dobu sudskih presedana u ovome polju.

Jedan od njih su slučajevi C-682/18 YouTube i C-683/18 Cyando. Oba slučaja su došla do Europskog suda koji je u presudi istaknuo kako je prenijela HINA-a:

„Trenutno je slučaj da operateri internetskih platformi u načelu sami ne komuniciraju s javnošću o sadržaju koji je zaštićen autorskim pravima, a koji su ilegalno objavili korisnici tih platformi. Međutim, ti operateri stvaraju takvu komunikaciju u kršenju autorskih prava kad, ne samo tako što čine te platforme dostupnima, nego i omogućuju da javnost ima pristup takvom sadržaju“ (Hrvatska radiotelevizija, 2021).

Youtube i ostale društvene mreže svrstavaju se pod OCSSPs (online content-sharing service providers). OCSSP karakterizira činjenica da sav javno dostupan sadržaj na njihovim platformama je uplodan od treće strane tj. korisnika. Gdje oni ne stvaraju sadržaj, no profitiraju od prometa kojega on stvara na njihovim platformama, što kroz prodaju ad space-ova, što kroz neke druge kanale zarade (Kluwer Copyright Blog, 2021).

Dok Uplodaed, akter slučaja C-683/18 Cyando, se ne svrstava u OCSSP. Razlog tome je što sadržaj dijeljen na njihovoj platformi, iako je dijeljen od strane korisnika, zbog svoje prirode nije namijenjen za široku konzumaciju javnosti. U njegovom slučaju Sud je donio zaključak da primarna funkcija Uplodaed-a nije stavljanje na raspolaganje sadržaja koje prenose njegovi korisnici širokim masama. (Presuda Suda EU od 21.06.2021., spojeni predmeti YouTube and Cyando (C-682/18 and C-683/18) ECLI:EU:C:2021:503)

Prije nego što su ovi slučajevi došli od Europskog suda, njima se bavio Njemački Savezni sud pravde, koji je kao temelj svoje presude u ovim slučajevima postavio pitanje - obavljaju li YouTube i Uploaded komunikaciju s javnošću pod čl. 3 (1) Direktive o usklađivanju određenih aspekata autorskog i srodnih prava u informacijskom društvu stavljanjem na raspolaganje materijala zaštićenih autorskim pravima koje postavljaju njihovi korisnici?

Europski sud je u sudskoj praksi koja je prethodila ovom slučaju zauzimala stav zaštite autora i pregled ovoga pojma kroz prizmu sekundarnih prava. Dok je u ovom slučaju težio pronalasku pravne ravnoteže između prava autora, krajnjeg korisnika i općeg interesa, tj. slobode i prava na informiranje i izražavanje. U obzir se također uzimala i posebna važnost interneta za slobodu izražavanja i prijenosa informacija, te je Sud istaknuo izrazitu važnost tih sloboda pri uravnoteženju konkurentnih prava.

Sud je dakle provodio istraživanje da li ove platforme u jednoj mjeri provode čin komunikacije s korisnikom i u kojoj mjeri snose odgovornost za sadržaj objavljen na njima, te da li svojom intervencijom ili manjkom iste djeluju svjesno s punim znanjem o posljedicama svoga čina. Europski sud stoga slaže čimbenike koje nadalje šalje nacionalnim sudovima kao vodilje pri odlučivanju u daljnjim slučajevima ove prirode, a one su –

- Utvrditi da li je pružatelj platforme zna ili da i je u mogućnosti znati da njihovi korisnici čine sadržaj zaštićen autorskim pravima ilegalno dostupnim javnosti
- Utvrditi da li se pružatelj platforme suzdržava od poduzimanja mjera koje se mogu očekivati od operatera
- Da li pružatelj platforme sudjeluje u odabiru nezakonitog sadržaja
- Da li pružatelj platforme nudi alate koji omogućavaju namijenjene nezakonitom dijeljenju sadržaja
- Da li pružatelj platforme svjesno promiče takvo dijeljenje, to može biti potvrđeno činjenicom da je operator usvojio financijski model koji potiče korisnike svoje platforme da nezakonito priopćavaju zaštićeni sadržaj javnosti putem te platforme.
- Da li je glavna ili pretežna upotreba platforme stavljanje nezakonitog sadržaja online. (Presuda Suda EU od 21.06.2021., spojeni predmeti YouTube and Cyando (C-682/18 and C-683/18) ECLI:EU:C:2021:503)

No, Sud ističe da apstraktno znanje da korisnici platforme na nju stavljaju nezakoniti sadržaj i njene profitna priroda nisu dovoljni za dokazivanje namjere kršenje prava. U ovom slučaju Sud daje preporuku da Youtube i Upload nisu odgovorni prema članku 3. iz Direktive 2001/29/EZ Europskog parlamenta i Vijeća o usklađivanju određenih aspekata autorskog i srodnih prava u informacijskom društvu (OJ L 167, 2001) u članku 3. ističe da:

„Države članice moraju predvidjeti autorima isključivo pravo davanja ovlaštenja ili zabrane za svako priopćavanje njihovih djela javnosti, žicom ili bežičnim putem, uključujući stavljanje njihovih djela na raspolaganje javnosti tako da im pripadnici javnosti mogu pristupiti s mjesta i u vrijeme koje sami odaberu."

U slučaju Youtube-a zaključuju kako su donesene sve vjerodostojne i moguće mjere od strane pružatelja usluge kako bi se spriječilo kršenje autorskih prava tužitelja. Youtube je uz mnoga i vidljiva upozorenja za prijavu nezakonitog sadržaja, uveo i softver za provjeru i prepoznavanje sadržaja koji krši autorska prava. (Presuda europskog suda od 21.06.2021. , spojeni predmeti YouTube and Cyando (C-682/18 and C-683/18) ECLI:EU:C:2021:503)

U slučaju Upload-a Sud je donio zaključak da pružatelji platforme nisu omogućili svojim korisnicima sve potrebne alate kojima bi olakšali i poticali dijeljenje nezakonitog sadržaja, no Sud se nije bavio činjenicom da li financijski model Uploded-a ovisi o nezakonitom sadržaju. Posljedica ovoga je da su malene šanse da uz taj model poslovanja i uputu Suda, Upload spada pod članak 3. iz Direktive 2001/29/EZ Europskog parlamenta i Vijeća od 22. svibnja 2001. o usklađivanju određenih aspekata autorskog i srodnih prava u informacijskom društvu kao u slučaju Youtube-a (Presuda europskog suda od 21.06.2021., spojeni predmeti YouTube and Cyando (C-682/18 and C-683/18) ECLI:EU:C:2021:503)

6. POP-UP REKLAME I AUTORSKO PRAVO

Vikrant Narayan Vasudeva (2009) definira pop-up reklame kao–

„(…) oblik međuprostornog oglašavanja koje uključuje istovremeni prikaz korisniku računala web stranice koja sadrži oglas koji se nalazi na vrhu web stranice, namijenjen za posjet, i pokriva dio ili cijeli zaslon“

Kao što se u prošlom poglavlju ovoga rada odredilo tko snosi krivnju za kršenje autorskih prava i u kojim situacijama za sadržaj objavljen na OCSSPs stranicama, pop-up reklame predstavljaju velik problem zakonskog odlučivanja krivnje.

Pop-up reklame nastaju zahvaljujući softweru koji ne traži dopuštenje za prikazivanje stranice na kojoj se reklama nalazi. Software funkcionira na temelju „contextual advertising“ tehnike koja prikuplja podatke i preferanse korisnika temeljene na korisnikovim navikama pretraživanja interneta. Ovaj način oglašavanja bio je okosnica nekoliko sudskih tužbi protiv Gator-a i WhenU, korporacijama specijaliziranim za pop-up reklame, vezanih uz kršenje autorskih prava.

Dva su glavna načina kršenja tih prava, izravno kršenje i povreda doprinosa.

Vasudeva (2009) navodi kako je izravno kršenje autorskih prava uključuje pravo na prikaz djela javno i pravo stvaranja izvedenih djela na temelju originala. Ovo proizlazi iz činjenice da vlasnici web stranica svojim korisnicima daju na korištenje licencu za prikazivanje same stranice, no ne i za izmjenjivanje njenog izgleda ili nje same. Pop-up reklame, samom svojom prirodom mijenjaju izgled web stranice na način da njeni kreatori nemaju kontrolu nad time što se prikazuje na njihovoj stranici. No, ovaj argument nije bio prihvaćen na sudu, zbog tvrdnje da se ove reklame prikazuju u defakto zasebnom prozoru od onoga originalne stranice i samim time izravno ne mijenjaju njezin izgled. No, one ne postoje kao zasebni online entitet prije otvaranja targetirane stranice. Interakcijom s pop-up reklamom korisnik je ili preusmjeren na stranicu oglašivača ili se ona otvara u novom prozoru. Ovakvom intervencijom pop-up oglasa ne možemo tvrditi da pop-up reklame svojom pojavom na određenoj stranici ju ne mijenjaju barem u nekom pogledu

Krivnju su također prebacivali na same korisnike, pošto su oni ti koji su preuzeli software koji omogućuje prikazivanje tih reklama, iako većina njih nije bila svjesna posljedica preuzimanja u datom trenutku, pozivajući se na prirodu softweara koji generira sadržaj temeljen na korisnikovim online navikama.

No, u slučaju 1-800 Contacts, Inc. v. WhenU.com sud je došao do zaključka da –

"za bilo koju radnju korisnika računala koji je izradio računalni prozor ili vizualnu grafiku i time promijenio izgled ekrana web stranice tužitelja, koliko god promjena bila blaga, za nju je potrebno dopuštenje tužitelja. " (1-800 Contacts Inc. v. Whenu.com,(2003) 309 F. Supp. 2d 467)

No, koncept kontrole korisnika nad prikazanim sadržajem je upitan. Pošto se ne može izjednačavati činjenica da korisnik može zatvoriti prozor i mora zatvoriti prozor kako bi nesmetano pristupio željenom sadržaju.

Također, korisnici koji preuzimaju softwearske pakete koji sadrže u sebi software koji omogućuje pop-up reklame trebali bi dati svoj pristanak prije omogućavanja takvoga sadržaja. Te, u slučaju korisnikovog osobnog pristanka na takav sadržaj njegova autonomija se smanjuje, pošto je izričito predao kontrolu nad time kada i da li mu se ovaj sadržaj prikazuje softwaeru.

U slučaju U-Haul Int'l v. WhenU.com, Inc (2003) sud je izjednačio pojavu pop-up reklama s pojavom email ili sličnih obavijesti. Što je također argument upitne jačine, pošto email ili ostale obavijesti su direktan proizvod specifičnih funkcija korisnikova računala. Pop-up reklame s druge strane nisu u nikakvoj korelaciji s funkcijama računala i jednostavno su produkt pristupanja određenim stranicama, no bez softweara koji ih omogućuje one se ne bi dogodile i kao takve nisu predviđeni dio iskustva posjeta stranici od strane njezinih kreatora.

Ako pogledamo slučajeve Gateor-a, kojeg su kroz vrijeme tužili PriceGrabber.com, Washington Post, Extended Stay America i mnogi drugi, sud je u obzir morao uzeti i način na koji Gator prikazuje svoje pop-up reklame. Naime, za razliku od reklama svojih konkurenata Gator svoje reklame svjesno oblikuje, pozicionira i predstavlja kao ovlašteni dio stranica koje korisnik posjećuje. Često su to postigli koristeći određene prepoznatljive znakove koji bi sadržaj povezali sa stranicom na kojoj se pop-up reklama pokazuje.

U takvom slučaju više nije sporna pozicija reklame, da li se ona izjednačuje s notifikacijama ili nešto treće, pošto ovaj način korištenja „treaidmarkova“ nije zaštićen fair use-om.

Problem je bio i u učinku na potencijalno tržište i vrijednosti djela, to jest u ovom slučaju internetske stranice, pošto s pop-up reklamama kakve je Gator plasirao, pada broj posjetitelja na stranicama, a s time i prodaja autoriziranog oglasnog prostora na stranici s čime vlasnici stranice direktno gube profit (Vasudeva, 2009).

Ranije u ovom radu spomenut je koncept moralnih prava u kontekstu autorskih prava. Melville Nimmer (1963) zaključuje da ekskluzivno pravo 'na pripremu izvedenih

djela' moglo bi se konceptualizirati kao pravo na integritet autora, posebno ako se nadopuni odredbama i tumačenjima koja proizlaze iz drugih statuta osim autorskih prava.

Dakle pravo na integritet daje autoru djela pravo na sprječavanje izobličenja i osakaćenja njegovog djela na bilo koji način. U slučaju Gilliam v. American Broadcasting Companies američki sud zaključuje da "sposobnost nositelja autorskih prava da kontrolira svoje djelo ostaje najvažnije u našem zakonu o autorskim pravima " (Gilliam v. American Broadcasting Co. Inc., (1976), 538 F.2d 14), dakle sučelja stranica, niti iskustvo vizualno ili auditivno iskustvo njihovog korisnika, ni po ovome kriteriju ne bi smjela biti nikako izmijenjena od treće strane bez dopuštenja vlasnika tj. nositelja prava te stranice.

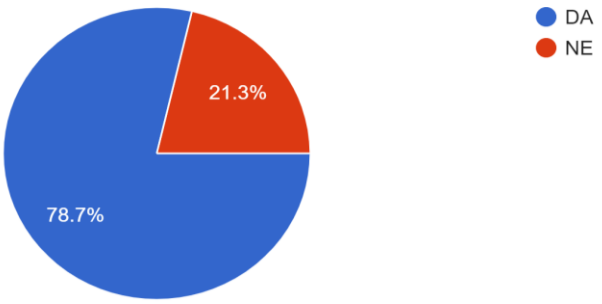
Kada u ovome kontekstu dođe do povrede autorskih prava, ona se stavljaju na test „fair use“-a koje se primjenjuje pri jednakim principima već ranije obrađenim u ovome radu.

Pop up reklame i njihova problematika u pravnome smislu autorskih prava nam pokazuje koliko je teško uskladiti tradicionalno pravo i vječno mijenjajuća tehnička postignuća svijeta u kojem se implicira autorsko pravo, dok se zakonodavna tijela trude ući u korak s novim primjenama ovoga prava, sudovi se moraju prihvatiti teškog zadatka nalaženja pravila koja se mogu lako primijeniti na nove tehnologije koje su izvan dosega starih zakona o autorskim pravima, poput svih ovih koja su se ticala slučajeva korištenih kao primjer u ovome paragrafu.

7. ISTRAŽIVAČKI DIO - ISPITIVANJE UPOZNATOSTI S POJMOM AUTORSKOG PRAVA I NJEGOVE ZAŠTITE

Za istraživački dio ovoga rada korištena je anketa, kao kvantitativna metoda istraživanja s kojim se preko strogo definiranih preciznih pitanja ispituju ispitanici uz pomoć kojih dolazimo do usporedivih rezultata koji se izražavaju brojevima koji potom mogu i generalizirati. Ispitanici su pretežito studenti, trenutni ili bivši, fakulteta vezanih uz umjetnost, kreativne znanosti ili oglašavanje i zaposlenici u istim tim i srodnim područjima.

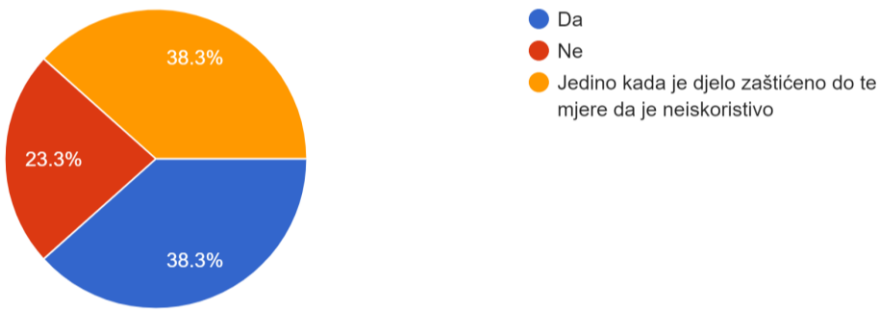
78.7 % ispitanika potvrdno odgovara na uvodno pitanje ankete o tome da li u svakodnevnom poslovnom okruženju dolaze u doticaj s problematikom autorskih prava bilo kao uživatelj prava ili kao zaposlenik u područjima srodnim oglašavanju i marketingu (Slika 1.). Te s većinskim potvrdnim odgovorom ovoga pitanja možemo zaključiti da su podaci dobiveni ovom anketom vrijedni kao uvid u upoznatosti ispitanika s problematikom autorskih prava, bilo svojih ili tuđih.



Slika 1., Anketno pitanje: "Baviš li se zanimanjem u kojem u svakodnevnom poslovnom okruženju dolaziš u doticaj s problematikom autorskih prava bilo kao uživatelj prava ili kao zaposlenik u područjima srodnim oglašavanju i marketingu?"

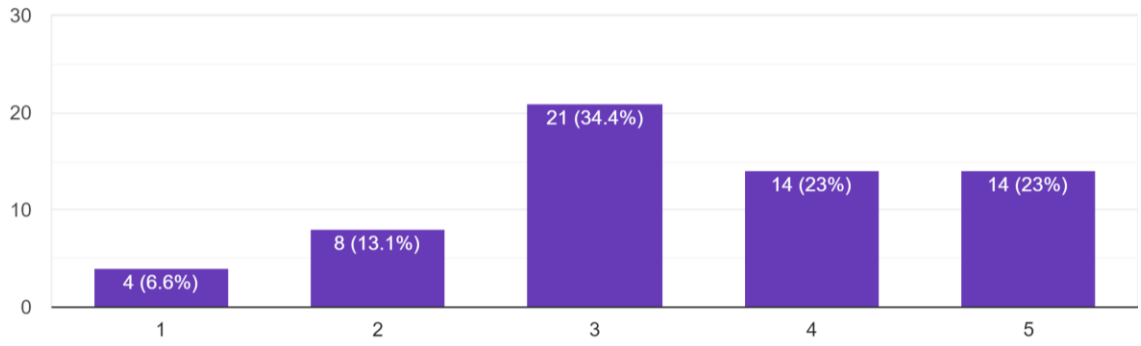
Na sljedećem pitanju ispitanike je pitano obraćaju li pažnju na problematiku autorskih prava pri korištenju ili downloadu tuđih radova, bili oni fotografija, glazba, grafika ili nešto četvrto. 38.3% sveukupnih ispitanika je odgovorilo potvrdno, dok je jednak broj njih pažnju obraća jedino kada je djelo zaštićeno do te mjere da je neiskoristivo (Slika 2.). Ovime možemo zaključiti da korištenjem watermark-a ili nekih drugih mjera rigoroznije zaštite djela u digitalnom svijetu, iako možda kvari vizualno iskustvo kod krajnjeg gledatelja, definitivno štiti autora od ilegalne eksploatacije njegovog rada bez vađenje licence ili dogovora druge strane sa samim autorom. 23.3% ispitanika odgovara kako uopće ne pridaje pažnju tuđim autorskim pravima prilikom korištenja ili download-a bez obzira na moguće mjere zaštite. Iako u manjini, ovaj broj je

zabrinjavajući pošto direktno krši prava samih autora i dolazi iz grupe ispitanika koji se profesionalno bave područjima usko vezanim u s problematikom autorskih prava bilo kao autor ili radnik u područjima srodnim oglašavaju ili marketingu.



Slika 2. Anketno pitanje: " Obraćaš li pažnju na problematiku autorskih prava pri korištenju ili downloadu tuđih radova, bili oni fotografija, glazba, grafika ili nešto četvrto?"

U daljnjem pitanju zamolili smo ispitanike da ocijene svoje znanje i upućenost u autorska prava. Ocjena 1 predstavljala je "izuzetno slabo", dok je ocjena 5 predstavljala "izuzetno dobro"(Slika 3.)

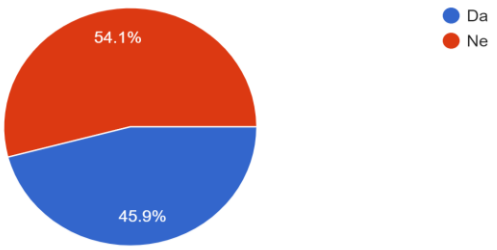


Slika 1. Anketno pitanje: "Kojom bi ocjenom ocijenio svoju upoznatost s pojmom autorskih prava?"

Najveći broj ispitanika ocijenilo je svoje znanje sa 3, njih 34.4%, podjednak broj njih je ocijenilo s 4 (dobro) i 5 (izuzetno dobro), njih 23%. Potom s 2 (slabo) je svoje znanje ocijenilo njih 13.1%. Najmanje ispitanika , 6.6%, je svoje znanje ocijenilo kao izuzetno slabo. Usporedivši ove samoprocjene upućenosti u problematiku autorskih

prava, možemo zaključiti da dio ispitanika svjesno i s punim znanjem se upušta u povrede tuđih autorskih prava.

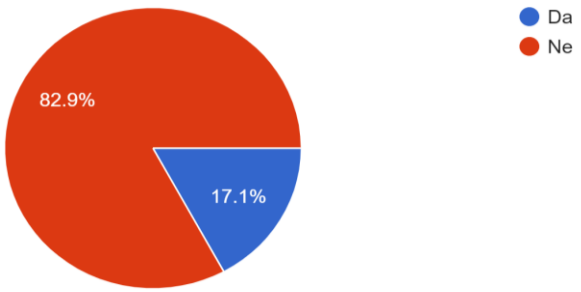
Kada su bili pitani jesu li ikada bili u situaciji gdje su njihova autorska prava bila povrijeđena, bilo u krađi rada, kopiji, objavljivanju rada bez dozvole i sl. većina ispitanika, njih 54.1% je odgovorila negativno, dok je 45.9% njih na ovo pitanje odgovorilo pozitivno. (Slika 4.)



Slika 2. Anketno pitanje: "Jesi li se ikada našao(la) u situaciji gdje su tvoja autorska prava bila povrijeđena, bilo u krađi rada, kopiji, objavljivanju rada bez dozvole i sl.?"

Iako većina njih nije bila u toj situaciji, razlika u broju ispitanika koji su pozitivno i negativno odgovorili na ovo pitanje je malena. Također, nemamo uvid u u činjenicu jesu li onima koji su odgovorili ne možda i bila povrijeđena njihova prava bez njihovog znanja ili nisu bili niti svjesni da je neka radnja kršenje njihovog prava zbog njihove neupućenosti u prava koja uživaju kao autori djela.

Od 49.5% ukupnih ispitanika čija su autorska prava bila povrijeđena, njih samo 17.1% je pravno reagiralo, dok njih 82.9% nije poduzelo nikakav pravni korak kako bi obranili svoja povrijeđena prava (Slika 5.).



Slika 3. Anketno pitanje: "Ako si na prethodno pitanje odgovorio(la) potvrdno, jesi li ikako pravno reagirao(la) u toj situaciji?"

Ovaj podatak je poražavajući, pošto većina ispitanika koji znaju da su im prava bila prekršena i koji su pretrpjeli posljedice toga nije poduzelo nikakve pravne korake kako bi se problem razriješio i kako bi mogli uživati u pravima koja su ima propisana zakonima. Ako umjesto autorskih prava zamijenimo ovu problematiku s bilo kojom drugom granom prava vjerujemo kako bi se poduzele neke mjere u poboljšanju ove statistike jer bez njihovog provođenja zakoni su samo slovo na papiru.

Kada smo ispitanike koji su bili žrtve kršenja autorskih prava i nisu reagirali pravim putem upitali razloge ne poduzimanja tog koraka dobili smo mješovite odgovore. Oni koji su odgovorili da nije bilo potrebe jer su dogovorili neku kompenzaciju u svakom slučaju koji su imali, ipak su uspjeli dobiti neku kompenzaciju za prekršena prava. No većina odgovora upućuje na manjak upućenosti u pravne korake koje autor djela može napraviti i odgovori su sljedeći:

"Zato sto tada nisam bila upućena da postoji zakonski način rješavanja povrijeđenih autorskih prava",

"U tom trenutku nisam imala dovoljno pravnog znanja",

"Nisam znala kome se obratiti i da li je to uopće pravno bila povreda",

"Nisam bila sigurna kako ni bi li reakcija bila primjerena".

Drugi najčešći odgovor je bio averzija prema provođenju i pokretanju samoga pravnog postupka ili nedostupnosti sredstava za odvjetnika. Nažalost kroz ovi anketu nismo uspjeli dobiti podatke o općem stavu naroda prema sudskim procesima u RH te je li stav nepovjerenja u pravni sustav ukorijenjen dublje u mišljenja i stavove ispitanika ili vezan isključivo uz ovu granu prava. Takav zaključak se temelji na sljedećim odgovorima koja su proizašla iz ankete:

"Nema smisla, previše bi vremena izgubio",

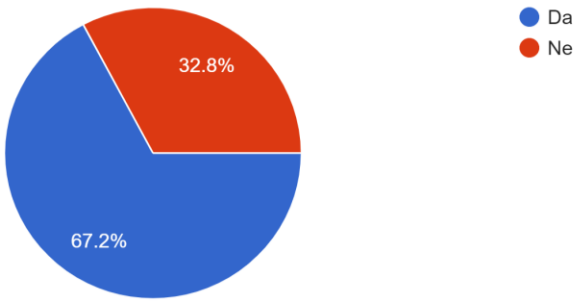
"Nisam imao vremena za pravne postupke",

"Komplicirano i previše se odugovlači prije rješenja",

"Jer nisam imao volje voditi pravnu bitku".

Među ostalim, manje zastupljenim odgovorima, prevladavalo je da ispitanicima jednostavno nije bilo bitno što je došlo do povrede njihovih prava, što je vrijedan razlog i unutar je njihovih osobnih prava da ne reagiraju pravim putem, ako ne smatraju da je povreda prava dovoljno ozbiljna ili dovoljno šetna za njih kako bi im se cijela pravna procedura isplatila.

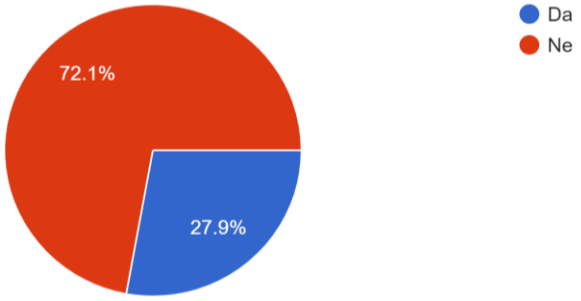
U sljedećem pitanju bila je ispitivana vjerojatnost prijavljivanja tuđe povrede autorskih prava u slučaju nailaska na takav slučaj na društvenim mrežama (Slika 6.).



Slika 4. Anketno pitanje: "Da na društvenim mrežama primijetiš kršenje nečijih autorskih prava, bi li taj sadržaj prijavio(la) pružatelju platforme kako bi se isti uklonio?"

Njih većina, 67.2% je odgovorilo potvrdno, dok ih je 32.8% odgovorilo negativno. Budući da većina online pružatelja usluga ne snosi sama odgovornosti provjere autentičnosti sadržaja njihovih korisnika, bio sadržaj privatne ili komercijalne svrhe, ovo su pozitivni rezultati. Ako se uzme u obzir da je većina ispitanika sklona izbjegavanju rješavanju ovoga problema pravim putem, na ovaj način se pod premisom da pružatelji platforma pravovremeno reagiraju na prijavljeni sadržaj ipak može provoditi neki oblik kontrole nad digitalnim sadržajem i zaštiti prava autora.

U posljednjem pitanju ankete ispitanici su trebali ocijeniti dobivaju li studenti umjetničkih, kulturnih, marketinških i ostalih srodnih studija tijekom svoga studiranja dovoljna znanja o zaštiti svojih ili tuđih autorskih prava kako bi po završetku studija te ulasku na tržište rada mogli donositi upućene odluke pri radu (Slika 7.).



Slika 5. Anketno pitanje: " Smatraš li da su osobe iz umjetničkih, kulturnih, marketinških i ostalih srodnih studija tokom svoga studiranja dobile adekvatna znanja kako bi zaštitili svoja autorska prava ili kako ne bi nesvjesno kršili tuđa prilikom rada?"

Većina ispitanika, njih 72.1% smatra kako nisu dobili adekvatna znanja tokom studija, dok 27.9% smatra da jesu. Ovi podaci su zabrinjavajući budući da iz njih možemo jasno iščitati da kurikulum studija iz ovih područja ne priprema svoje studente dovoljno adekvatno za tržište rada i ne upoznaje ih s njihovim pravim obvezama i pravima s kojima će se susretati ulaskom na tržište rada, ako ne i ranije.

8. ZAKLJUČAK

Ovaj završni rad bavio se temom autorskih prava i načina zaštite autora s pogleda pravnih regulacija svijeta, EU i RH. Za potrebe rada analizirane su pravne regulative hrvatskog i europskog zakonodavstva te uspoređene s američkim. Utvrđeno je kako su hrvatske i europske regulative u skladu sa svjetskim standardima zaštite, ali da se provedba takvih regulativa teško provodi zbog neupućenosti ljudi vezano za prava autora. Pravna regulacija autorskih prava postoji te se rade određeni pravni koraci ka usklađenju tih prava s tehnološkim napretkom i digitalnim svijetom u kojem živimo. RH nimalo ne zaostaje sa svojim pravnim uređenjem za ostalim zemljama svijeta, te se usklađuje sa zakonodavstvom EU što znači bolju zaštićenost autora prilikom povrede njihovih prava, ali i veće obaveze koje snose korporacije sa sjedištem u RH.

Za potrebe ovoga rada napravljeno je anketno ispitivanje s ciljem utvrđivanja upoznatosti studenata iz umjetničkih, kreativnih, marketinških i/ili oglašivačkih područja s pojmom autorskog prava i onoga što predstavlja, kao i načina zaštite takvih prava. Anketom je utvrđeno kako manji broj ljudi zapravo uživa u punom smislu svoja prava ili pokreće ikakve pravne postupke u trenucima kada su ona povrijeđena, dok velik postotak studenata i osoba iz marketinških područja ne poznaje određenje autorskog prava i onoga što predstavlja. Većina ispitanika, njih 72.1% smatra kako nisu dobili adekvatna znanja tokom studija, dok 27.9% smatra da jesu. Ovi podaci su zabrinjavajući budući da iz njih možemo jasno iščitati da studijski program iz ovih područja ne priprema svoje studente dovoljno adekvatno za tržište rada i ne upoznaje ih s njihovim pravim obvezama i pravima s kojima će se susretati ulaskom na tržište rada, ako ne i ranije. Stoga je potrebno pristupiti izmjenama studijskih programa te pojačati područja koja su usmjerena na pitanja autorskih prava, uvesti obvezne kolegije na studije koji se bave tim pitanjima kako bi svi bili upoznati s pojmom i određenjem autorskog prava te načinom zaštite tih prava. U području kulture i kreativnih industrija takva su znanja izuzetno potrebna jer se upravo u tim područjima najčešće događaju kršenja autorskih prava. Da bi se znalo da je određeno autorsko pravo povrijeđeno, autor djela mora prvenstveno znati koja mu prava po zakonu pripadaju.

Pravne pozadine za provođenje ovih zakona postoje, no svijest naroda je još uvijek relativno niska. Živimo u post-digitalnom dobu gdje smo naučeni na besplatne i dostupne sadržaje koje možemo koristiti te je pravna regulacija te sfere naših života još uvijek relativno mlada grana prava. Smatram da su autorska prava izuzetno bitan i krucijalan faktor kako kreativnih industrija tako i onih oglašivačkih i marketinških, pogotovo u sferi Interneta i online oglašavanja te da je njihova provedba više nego bitna za zdravo okruženje u kojem bi autori djela i onih koji ih koriste mogli uzajamno beneficirati.

Kako bi do toga došlo potrebna je adekvatna edukacija onih koji se s ovim pojmom dotiču u profesionalnome životu, ali i privatnom. Jer, kao što je u ovome radu već par puta istaknuto, bez same provedbe zakona i njegove aktivne implantacije u sfere u kojima on djeluje, on nije ništa više od pukog slova na papiru.

LITERATURA

KNJIGE I ZNANSTVENI ČLANCI

Bogdanović D., (2017) *Autorsko pravo i biblioteke digitalnog doba, Nacionalna i univerzitetska biblioteka BiH, Sarajevo, očekivani učinci,*Zagreb: Ministarstvo za europske integracije, 127–147

Gliha, I. , von Lewinski, S. (2002) *Overview of EC legislation on Intellectual Property/Overview on current Croatian legislation ; Content and scope of copyright ; Content and scope of related rights ; Sui generis protection of data bases ; Dealings with copyright and related rights ; Legal protection of the copyright and related rights*.

Hanuz, B. (2020) *Direct copyright liability as regulation of hosting platforms for the copyright-infringing content uploaded by their users*: Quo vadis, 11 JIPITEC 315 para 1.

Horvat A., Živković D., (2013) *Knjižnice i autorsko pravo*, Zagreb: Hrvatska sveučilišna naknada

Katulić, T. (2006) *Uvod u zaštitu intelektualnog vlasništva u Republici Hrvatskoj*, Zagreb: , Hrvatska akademska i istraživačka mreža

Knorr, L. (2017) *Zaštita intelektualnog vlasništva nakon pojave tiska*, diplomski rad, Filozofski fakultet, Zagreb

Selimić M, (2021*) Ostvarivanje i zaštita prava intelektualnog vlasništva u Bosni i Hercegovini*, Fakultet za kriminalistiku, kriminologiju i sigurnosne studije, Sarajevo

Vasudeva V. N., (2009) *Pop-up Advertising - Grey Areas in the Context of Copyright Law*, Vol. 12, SMU SCI. & TECH. L. REV. 125

PRAVNI IZVORI

Bernska Konvencija za zaštitu književnih i umjetničkih djela od 9. rujna 1886., dopunjena u Parizu 4. svibnja 1896., revidirana u Berlinu 13. studenoga 1908., dopunjena u Bernu 20. ožujka 1914., revidirana u Rimu 2. lipnja 1928., u Bruxellesu 26. lipnja 1948., u Stockholmu 14. srpnja 1967. i u Parizu 24. srpnja 1971. i izmijenjena 28. rujna 1979.

Copyright Law United States and Related Laws Contained in Title 17 of the United States Code.

Direktiva 2001/29/EZ Europskog parlamenta i Vijeća od 22. svibnja 2001. o usklađivanju određenih aspekata autorskog i srodnih prava u informacijskom društvu, OJ L 167

Kazneni zakon, Narodne novine 125/11, 144/12, 56/15, 61/15, 101/17, 118/18, 126/19, 84/21

Prijedlog Direktive Europskog Parlamenta i Vijeća o autorskim pravima na jedinstvenom digitalnom tržištu COM/2016/0593 final - 2016/0280 (COD)

Ustav Republike Hrvatske, Narodne novine, 41/2001

Zakon o autorskom pravu i srodnim pravima, Narodne novine, 167/03, 79/07, 80/11, 125/11, 141/13, 127/14, 62/17, 96/18

Zakon o izmjenama i dopunama Zakona o autorskom pravu i srodnim pravima, Narodne novine, 96/2018

SUDSKE PRESUDE

Contacts Inc. v. Whenu.com (2003) 309 F. Supp. 2d 467

Boesen v. United Sports Publications, Ltd., (E.D.N.Y. Dec. 22, 2020) 20-CV-1552 (ARR) (SIL)

Campbell v. Acuff-Rose Music, Inc., (1994) 510 U.S. 569

Gilliam v. American Broadcasting Co. Inc., (1976) 538 F.2d 14, 21

Presuda Suda EU (2021) Spojeni predmeti YouTube and Cyando (C-682/18 and C-683/18) ECLI:EU:C:2021:503

Sinclair v. Mashable Inc., (S.D.N.Y. Nov. 18, 2020) 18-CV-790 (KMW) (BCM)

U-Haul Int'l, Inc. v. WhenU.com, Inc. (2003), 279 F. Supp. 2d 723, 730

INTERNETSKI IZVORI

Creative Commons (CC), URL: https://creativecommons.org/licenses/?lang=hr [pristup: 16.09.2021]

Digital Media Law Project, 2021,URL: https://www.dmlp.org/legal-guide/fair-use [pristup: 16.09.2021]

Donahue B., Kendall And Kylie Jenner Sued Over Tupac T-Shirts, 2017.,URL https://www.law360.com/articles/942331 [pristup: 16.09.2021]

Državni zavod za intelektualno vlasništvo, Autorsko pravo i srodna prava, URL: http://www.dziv.hr/hr/intelektualno-vlasnistvo/autorsko-pravo/ [pristup: 15.09.2021]

Facebook Terms and Aggriment,.URL: https://www.facebook.com/terms.php, [pristup: 16.09.2021]

Hillen B., Instagram clarifies its sublicense terms don't cover embedded images, 2020, URL: https://www.dpreview.com/news/1733626491/instagram-clarifies-its-sublicense-terms-don-t-cover-embedded-images [pristup: 16.09.2021]

Hillen B., Mashable embedded image copyright case revived over surprising Facebook statement, 2020, URL: https://www.dpreview.com/news/7591192231/mashable-embedded-image-copyright-case-revived-over-surprising-facebook-statement [pristup: 16.09.2021]

Iasimone A., Photographer Sues Kylie & Kendall Jenner Over T-Shirts Using His Tupac Photos, 2017, URL: https://www.billboard.com/articles/news/7858008/kylie-kendall-jenner-lawsuit-tupac-photographer-michael-miller [pristup: 16.09.2021]

Instragram terms of Use, URL: https://help.instagram.com/581066165581870, [pristup: 16.09.2021]

Law & Mediation Offices of Elizabeth Yang, SOCIAL MEDIA COPYRIGHT LAWS, URL: **https://yanglawoffices.com/social-media-copyright-laws/** > [pristup: 16.09.2020]

Myers C., Ph.D., LL.M., J.D., APR, E.U. COPYRIGHT CHANGES AND ITS EFFECT ON SOCIAL MEDIA, 2019, URL: https://instituteforpr.org/e-u-copyright-changes-and-its-effect-on-social-media/ [pristup: 16.09.2021]

Pixsy, The State of Image Theft in 2016, 2016, URL: https://www.pixsy.com/the-state-of-image-theft-in-2016/. [pristup: 16.09.2021]

Reda J., Selinger J., YouTube/Cyando – an Important Ruling for Platform Liability – Part 1, 2021, URL: http://copyrightblog.kluweriplaw.com/2021/07/01/youtube-cyando-an-important-ruling-for-platform-liability-part-1/ [pristup: 16.09.2021]

Ross S., Social media, photographs, and fair use, 2020, URL: https://www.socialmedialawbulletin.com/2020/12/social-media-photographs-and-fair-use/ [pristup: 16.09.2021]

The Doors' Cease-and-Desist Letter To Kendall and Kylie Jenner | PDF. Dostupno na: https://www.scribd.com/document/352610184/The-Doors-Cease-and-Desist-Letter-to-Kendall-and-Kylie-Jenner, pristupljeno 20.9.2021.

U.S. Copyright Office, URL: https://www.copyright.gov/fair-use/more-info.html, [pristup: 18.09.2021]

United States: Overview Of Copyright In Social Media, by STA Law Firm, 2018, URL: https://www.mondaq.com/unitedstates/copyright/695064/overview-of-copyright-in-social-media [pristup: 16.09.2021]

V.G./HRT/Hina, Europski sud presudio u korist YouTubea u slučaju kršenja autorskih prava, 2021, URL:https://magazin.hrt.hr/znanost-tehnologija/europski-sud-presudio-u-korist-youtubea-u-slucaju-krsenja-autorskih-prava-2153520 [pristup: 16.09.2021]

Yahoo's terms of service, URL: https://policies.yahoo.com/us/en/yahoo/terms/index.htm [pristup: 16.09.2021]