

Ганна Стахира,

аспірант кафедри цивільного права та процесу
Тернопільського національного
економічного університету

ПРОБЛЕМИ ВИЗНАЧЕННЯ ПОНЯТТЯ ЦИФРОВОГО КОНТЕНТУ

Наведено теоретичні підходи науковців до визначення поняття цифрового контенту, проаналізовано дефініції даного поняття, що містяться у законодавстві країн-членів Європейського Союзу. Запропоновано авторське визначення поняття цифрового контенту на основі узагальнення існуючих підходів.

Ключові слова: цифровий контент, програмне забезпечення, цифрова форма даних, програмування.

Стахира А.

Проблемы определения понятия цифрового контента

Представлены теоретические подходы ученых к определению понятия цифрового контента, проанализированы дефиниции данного понятия, которые содержатся в законодательстве стран-членов Европейского Союза. Предложено авторское определение понятия цифрового контента на основе обобщения существующих подходов.

Ключевые слова: цифровой контент, программное обеспечение, цифровая форма данных, программирование.

Stakhyra H.

Problems of digital content definition

The theoretical approaches of scientists to the definition of the digital content concept are presented, the definitions of this concept, which are contained in the legislation of the European Union member countries of are analyzed. On the basis of generalization of existing approaches to the definition of this concept, the author's definition of the concept of digital content is proposed.

Keywords: digital content, software, digital data format, programming.

Постановка проблеми. Поява глобальної мережі Інтернет, нових технологій та новітніх способів комунікації значною мірою вплинули на зміни у праві. Вони полягають не тільки у впровадженні правових норм, для регулювання правовідносин, що виникають, а й у пристосуванні існуючих норм права до нових реалій. Розвиток «віртуального світу» вимагає швидкого і гнучкого законодавчого регулювання. Частина об'єктів цивільного обороту, що донедавна існували виключно у своїй матеріальній формі (CD-, DVD- диски, книжки), пристосувались до умов «віртуального ринку», модифікуються та втрачають свою фізичну форму вираження. Популярними серед користувачів стають аудіо- та аудіовізуальні гіперпосилання, що відтворюються онлайн, електронні журнали, книги, комп'ютерні ігри, програмне забезпечення та технології хмарного зберігання даних. Виникнення таких об'єктів зумовлює необхідність розроблення законодавчого визначення їх поняття та напрацювання відповідного правового масиву щодо їх обігу.

Аналіз останніх досліджень та публікацій. На даному етапі розвитку вітчизняної науки існує прогалина у визначенні поняття цифрового контенту та створення механізму правового регулювання відносин, пов'язаних із його обігом. Проблема правового визначення цифрового контенту розглядається у працях зарубіжних науковців-теоретиків, серед яких Л. Гуїбаулт, М. Луз, Х. Мак, Г. Спіндлер, Н. Хелбергер та ін.

Постановка завдання. На основі викладеного можна сформулювати завдання статті, яке полягає у аналізі існуючих теоретичних та законодавчо закріплених понять цифрового контенту, та формулюванні авторської дефініції даного поняття.

Виклад основного матеріалу. Український законодавець не закріплює нормативного визначення поняття об'єктів, що існують у цифровій формі. Проте аналізуючи положення чинного вітчизняного законодавства, бачимо, що воно перебуває на етапі формування нормативно-правової бази, яка стане регулятором суспільних відносин, пов'язаних із обігом цифрового контенту. Вперше на законодавчому рівні дефініцію нематеріальних даних закріпив Закон України «Про електронну комерцію» № 675-VIII від 03.09.2015 р. Так, ст. 3 даного нормативно-правового акту містить поняття електронної форми представлення інформації як способу документування інформації, що означає створення, запис, передачу або збереження інформації у цифровій чи іншій нематеріальній формі за допомогою електронних, магнітних, електромагнітних, оптичних або інших засобів, здатних до відтворення, передачі чи зберігання інформації.

Електронною формою представлення інформації вважається документування інформації, що дає змогу її відтворити у візуальній формі, придатній для сприйняття людиною. З аналізу даної дефініції випливає, що законодавець, зважаючи на проблеми електронного ринку, напруцьовує відповідне нормативно-правове регулювання укладення договорів у електронній формі. Проте недослідженим залишається питання регулювання договорів, предметом котрих виступає особливий, нематеріальний об'єкт – цифровий контент.

В умовах сьогодення питання визначення поняття цифрового контенту активно досліджується науковцями Європейського Союзу (далі – ЄС). Визнання цифрового контенту елементом економіки ЄС, а також невід'ємною складовою, покликаною задовольнити щоденні потреби користувачів у інформації, комунікаціях, розвагах, соціальній інтеграції спричинило необхідність розробки та закріплення нормативного визначення поняття цифрового контенту.

Досі немає нормативного закріплення єдиного підходу до визначення даного поняття у ЄС, як і немає однаковості у позиціях правової доктрини щодо дефініції цифрового контенту. Вчені у своїх працях визначають цифровий контент як все цифрове наповнення, котре споживач може отримати через під'єднання до мережі Інтернет, або за допомогою інших зовнішніх каналів зв'язку, таких, як CD- чи DVD-диски, а також інші послуги, які споживач може одержати за допомогою мережі Інтернет [1, 38]; усі види послуг, що надаються в електронній формі [2, 185]; будь-які дані чи інформація, представлені у формі бінарних кодів, наприклад, відеоігри на CD-дисках, електронні книги, повідомлення та пости у соціальних мережах [3]; інформаційно-розважальні матеріали, які розповсюджуються в цифровому вигляді по каналах зв'язку, призначених для використання на цифрових пристроях, таких, як комп'ютер, мобільний термінал, спеціалізовані пристрої [4].

Не дотримується однозначного визначення цифрового контенту і законодавство країн-членів ЄС. Відповідно до положень Директиви Європейського парламенту і Ради 2011/83/EU від 25.10.2011 р., цифровим контентом виступають дані, що генеруються та поставляються у цифровій формі, такі як: комп'ютерні програми, мобільні додатки, ігри, музика, аудіовізуальні файли чи тексти, незалежно від того, чи доступ до таких даних відбувається через завантаження чи потокову передачу даних [5]. Дещо відмінний підхід бачимо у проекті Регламенту Європейського Парламенту і Ради щодо спільного європейського регулювання купівлі-продажу 2011/0284 від 11.10.2011 р., де цифровий контент визначається як дані, що генеруються та поставляються в цифровій формі, незалежно від того, чи їхні особливості визначаються споживачем, включаючи відео- та аудіо- контент, зображення, тексти, комп'ютерні ігри, програмування, цифровий контент, що уможливорює персоналізацію апаратного та програмного забезпечення, за винятком:

- 1) фінансових послуг, в тому числі інтернет-банкінгу;
- 2) правових або фінансових консультаційних послуг, що надаються в електронній формі;
- 3) електронних медичних послуг;
- 4) послуг, що мають на меті забезпечення електронного з'єднання, а також інших, пов'язаних послуг;
- 5) азартних ігор;
- 6) створення нового цифрового контенту, або зміни існуючого цифрового контенту споживачем або інші способи взаємодії з творами інших користувачів [6].

Пристосовуючись до нових умов ринку, країни-члени ЄС впроваджують поняття цифрового контенту до свого законодавчого масиву. Так, в умовах новелізації законодавства у сфері захисту прав споживачів та прийняття нового Закону Республіки Польща «Про захист прав споживачів» сформовано поняття цифрового контенту, під яким розуміються дані, що генеруються та поставляються у цифровому форматі [7]. Разом із тим, як зазначають науковці, впровадження дефініції цифрового контенту в законодавство про захист прав споживачів є недостатнім, адже відсутність визначення даного поняття у Цивільному кодексі може привести до неможливості застосування дефініції цифрового контенту до правовідносин, сторонами яких виступають суб'єкти приватного права [8, 21].

Неоднозначність визначення цифрового контенту сприяла розробці Європейським законодавцем єдиного уніфікованого акту, покликаного регулювати правовідносини його поставки – проекту Директиви Європейського парламенту і Ради про деякі аспекти, що стосуються договорів поставки цифрового контенту № 2015/0287 від 09.12.2015 р. [9]. У даному акті цифровий контент визначається як:

- а) дані, що генеруються та поставляються у цифровій формі, зокрема відео- та аудіо- додатки, комп'ютерні ігри та інші види програмування;
- б) послуга, уможливаюча створення, обробку або зберігання у цифровій формі даних, отриманих від споживача;

с) послуга, що надає можливість поширювати або іншим чином впливати на дані у цифровій формі, отримані від інших користувачів такої послуги.

Європейською комісією також було розроблено ряд документів, що містять поняття цифрового контенту. Так, у заключному звіті «Послуги цифрового контенту для споживачів: оцінка проблем» [10] наводиться перелік об'єктів, що визначаються як цифровий контент, зокрема:

а) медіа-сервіси, що містять візуальний чи аудіо-контент, котрий завантажується користувачами на їх персональні пристрої чи транслюється через мережу Інтернет у режимі реального часу. При цьому споживач даних послуг не зобов'язаний вчиняти будь-які додаткові дії;

б) комп'ютерні ігри.

Користувачеві надається дозвіл на використання у режимі реального часу цифрового контенту. Проривом у розвитку ринку цифрового контенту стала поява мережевих ігор типу MMORPG (*Massive Multiplayer Online Role-Playing Games*), у яких гравці з різних держав спільно грають у комп'ютерну гру, одночасно використовуючи програмування та створюючи предмети, що можуть використовуватись як їхніми дійовими особами у грі, так і іншими гравцями [11].

с) Контент користувачів (*user-created content*) – послуга створення та модерування користувачами цифрового контенту, у якій користувач сам визначає коло осіб, що мають доступ до створеного ним контенту;

д) персоналізовані онлайн послуги (*personalisation services*), котрі надають користувачам можливість персоналізувати існуюче апаратне чи програмне забезпечення шляхом введення своїх особистих даних. Дані послуги широко використовуються споживачами як додатки-програми для спілкування у мобільних пристроях та соціальних мережах;

е) мережеві послуги зв'язку та комунікації (*communication services*), котрі покликані забезпечити їх користувачам зв'язок із іншими користувачами у цифровій формі без зміни існуючого контенту або створення нових комунікацій іншими користувачами;

ф) послуги системного програмного забезпечення (*system software services*), що споживаються для безперебійної роботи апаратного забезпечення комп'ютерних пристроїв, та створюють цифрову платформу для функціонування програмного забезпечення;

г) програмне забезпечення як послуга (*software-as-a-service*). Програмне забезпечення розміщується постачальником чи провайдером послуг та доступне до завантаження на персональні комп'ютерні пристрої споживачів через мережу Інтернет [10].

Аналізуючи вищенаведені позиції законотворців та науковців, доходимо до висновку, що цифровий контент – це узагальнюючий термін, що найчастіше застосовують для опису та характеристики створених цифрових об'єктів, поширення мультимедійних товарів у цифровій сфері, споживання контенту, згенерованого і поширеного у цифровому форматі.

Для компаній-дистриб'юторів, інтернет-майданчиків, магазинів, що займаються обігом контенту, а також і для пересічних споживачів цифровий контент – це інформаційний, розважальний або ігровий продукт, який поширюється по цифрових мережах або в цифровому форматі на фізичному носії, і використовується, записується і копіюється без погіршення його якості.

Поняття «цифровий контент» також має інші значення. Виробники мультимедійного контенту пов'язують цей термін з будь-яким мультимедійним продуктом, створеним за допомогою цифрових технологій і представленим в цифровому форматі. Оператори зв'язку розуміють під цифровим контентом особливий різновид даних, що передаються за допомогою системи *broadcast* або *multicast* [12].

З метою розвитку вітчизняного цифрового ринку, захисту прав виробників, дистриб'юторів та споживачів цифрового контенту є вкрай важливим закріпити як у Цивільному кодексі України, так і в спеціальному нормативно-правовому акті – Законі України «Про захист прав споживачів» дефініцію поняття цифрового контенту.

Враховуючи позитивні надбання доктрини у визначенні поняття цифрового контенту, положення законодавства ЄС, спробуємо дати авторське поняття цифрового контенту. Цифровий контент – це об'єкт цивільних правовідносин, сукупність даних, що створюються, генеруються, поставляються та зберігаються у цифровій формі, а також сукупність послуг, котрі отримуються за допомогою під'єднання до будь-якого зовнішнього каналу зв'язку, включаючи мережу Інтернет.

Висновки. На підставі проведеного аналізу правової доктрини та законодавчих актів ЄС, доходимо до таких висновків. Вітчизняне законодавство знаходиться на етапі формування нормативно-правових актів, спрямованих на визначення поняття цифрового контенту та регулювання відносин, пов'язаних з його обігом.

Пошуки єдиного підходу до визначення поняття цифрового контенту довгий час були об'єктом наукових дискусій у ЄС. Спробою урегулювати відносини, пов'язані із обігом цифрового контенту в межах країн-членів ЄС, є розробка проекту Директиви Європейського Парламенту і Ради про деякі аспекти, що стосуються договорів поставки цифрового контенту 2015/0287 від 09.12.2015 р.

На основі узагальнення існуючих підходів до визначення поняття цифрового контенту запропоновано під цифровим контентом розуміти об'єкт цивільних правовідносин, сукупність даних, що створюються, генеруються, поставляються та зберігаються у цифровій формі, а також сукупність послуг, котрі отримуються за допомогою під'єднання до будь-якого зовнішнього каналу зв'язку, включаючи мережу Інтернет.

Список використаної літератури

1. Helberger N., Loos M. *Digital content contracts for consumers* / N. Helberger, M. Loos, L. Guibault, C. Mak, L. Pessers // *Journal of Consumer Policy*. – March 2013. – Volume 36. – Issue 1. – P. 37–57.
2. Spindler G. *Contracts for the supply of digital content – scope of application and basic approach – Proposal of the Commission for a Directive on contracts for the supply of digital content* / G. Spindler // *European Review of Contract Law*. – 2016. – help 3 (окт 2016). – P. 183–217.
3. Мефодьева К. О. *Подходы к определению цифровых данных (цифровой контент) как гражданско-правовой категории [Электронный ресурс]* / К. О. Мефодьева. – Режим доступа : https://lomonosov-msu.ru/archive/Lomonosov_2017/data/10900/uid135975_report.pdf.
4. *Рынок цифрового контента в России и мире 2010–2016 [Электронный ресурс]*. – Режим доступа : http://www.json.ru/poleznye_materialy/free_market_watches/analytics/2013_digital_content_2010-2016/.
5. *Directive 2011/83/EU of the European Parliament and of the council of 25 October 2011 on consumer rights, amending Council Directive 93/13/EEC and Directive 1999/44/EC of the European Parliament and of the Council and repealing Council Directive 85/577/EEC and Directive 97/7/EC of the European Parliament and of the Council* // *The data base of legislation of the European Union [Electronic source]*. – Regime of access : <http://eur-lex.europa.eu/legal-content/EN/TXT/PDF/?uri=CELEX:32011L0083&from=EN>.
6. *Proposal for a Regulation of the European Parliament and of the Council on a common european sales law 2011/0284 dated 11.10.2011* // *The data base of legislation of the European Union [Electronic source]*. – Regime of access : <http://eur-lex.europa.eu/legal-content/EN/TXT/PDF/?uri=CELEX:52011PC0635&from=PL>.
7. *O prawach konsumenta. Ustawa z dnia 30 maja 2014 r. [Electronic source]*. – Regime of access : <http://prawo.sejm.gov.pl/isap.nsf/download.xsp/WDU20140000827/U/D20140827Lj.pdf>.
8. Targosz T. *Dostarczanie treści cyfrowych a umowa sprzedaży. Uwagi na tle projektu nowelizacji art. 555 kodeksu cywilnego* / T. Targosz, M. Wyrwiński // *Forum Prawnicze*. – No. 1 (27). – 2015. – S.18–31.
9. *Proposal for a Directive of the European Parliament and the Council on certain aspects concerning contracts for the supply of digital content 2015/0287 dated 09.12.2015* // *The data base of legislation of the European Union [Electronic source]*. – Regime of access : <https://ec.europa.eu/transparency/regdoc/rep/1/2015/EN/1-2015-634-EN-F1-1.PDF>.
10. *Digital Content Services for Consumers: Assessment of Problems Experienced by Consumers (Lot 1) Report 4: Final Report [Electronic source]*. – Regime of access : http://ec.europa.eu/justice/consumer-marketing/files/empirical_report_final_-_2011-06-15.pdf.
11. Szostek D. *Problem treści cyfrowych w obrocie konsumenckim* / D. Szostek // *Monitor Prawniczy*. – №24. – 2014 [Electronic source]. – Regime of access : <http://czasopisma.beck.pl/monitor-prawniczy/arttykul/problem-tresci-cyfrowych-w-obrocie-konsumenckim/>.
12. *Экосистема цифрового контента [Электронный ресурс]*. – Режим доступа : http://www.tadviser.ru/index.php/%D0%A1%D1%82%D0%B0%D1%82%D1%8C%D1%8F:%D0%A6%D0%B8%D1%84%D1%80%D0%BE%D0%B2%D0%BE%D0%B9_%D0%BA%D0%BE%D0%BD%D1%82%D0%B5%D0%BD%D1%82.

Стаття надійшла до редакції 14.09.2017.