

## СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. OECD (2024), OECD Employment Outlook 2024: The Net-Zero Transition and the Labour Market, OECD Publishing, Paris, <https://doi.org/10.1787/ac8b3538-en>.
2. The Intergovernmental Panel on Climate Change. <https://www.ipcc.ch/>
3. Міністерство економіки України запрошує українські компанії взяти участь у Climate Ambition Accelerator. <https://me.gov.ua/News/Detail?lang=uk-UA&isSpecial=True&id=c6e5fe90-b722-4a9e-ac27-0f5706369e8f&title=ClimateAmbitionAccelerator>

**Вакеріна Анна Віталіївна**

*здобувачка першого (бакалаврського) рівня вищої освіти,  
Київський національний університет  
технологій та дизайну (м. Київ).*

**Науковий керівник: к.ю.н., доцентка Коваль О. М.**

## ПРАВО ПУБЛІЧНОСТІ У ЦИФРОВУ ЕРУ: ЗАХИСТ ОБРАЗУ ТА РЕПУТАЦІЇ В УМОВАХ РОЗВИТКУ СОЦІАЛЬНИХ МЕРЕЖ

Сучасний світ характеризується стрімким розвитком цифрових технологій, зокрема соціальних мереж, які перетворилися на головний засіб комунікації мільйонів людей. Однак ці зміни відкривають нові виклики для прав людини, зокрема в контексті захисту права публічності та репутації. Соціальні мережі, такі як Facebook, Instagram, TikTok, надають можливість людям публікувати інформацію про себе та інших, але також несуть загрози щодо незаконного використання образу і маніпулювання репутацією [1].

Соціальні мережі змінили природу комунікацій і зробили людей більш публічними, незалежно від їхнього бажання. Відома особа або публічна фігура (наприклад, актор, спортсмен, політик) має підвищену увагу з боку громадськості. Їхній образ часто стає частиною комерційних проєктів,

рекламних кампаній або об'єктом обговорення у медіа. Водночас, з розвитком цифрових платформ, право публічності перестало бути виключно правом відомих осіб, охоплюючи також звичайних людей, чий образи можуть бути використані без їхньої згоди [2]. Навдивовижу ця тема лишається нерозкритою та не достатньо дослідженою у наукових колах.

Порушенням права публічності вважається використання зображення людини в рекламних цілях або публікаціях без отримання попередньої згоди, що порушує як її права на приватність, так і на комерційне використання власного образу.

До основних загроз неврегулювання даного права можна віднести:

Використання зображення особи у комерційній рекламі без її згоди.

Створення фейкових профілів, які імітують публічну особу.

Поширення недостовірної інформації та компрометуючих матеріалів, які завдають шкоди репутації [3].

Однією з найновіших загроз для права публічності є технології дїпфейків (deepfake), які дозволяють створювати підроблені відео та зображення, маніпулюючи візуальним контентом так, що він виглядає реалістично [4]. Ці технології можуть бути використані для створення відео, де публічна особа нібито робить або говорить те, чого насправді не було. Це створює величезні проблеми для захисту репутації, оскільки такі відео можуть поширюватися миттєво, набираючи мільйони переглядів і формуючи негативне сприйняття про особу.

Законодавство багатьох країн не встигає адаптуватися до швидких змін у цифровому середовищі. У ряді юрисдикцій закони про право публічності мають обмежене охоплення або взагалі не адаптовані до нових викликів, які виникають внаслідок активного використання соціальних мереж та цифрових технологій. Важливим є питання відповідальності платформ, які розміщують та поширюють контент, що може порушувати права публічності [5].

Також варто звернути увагу на різницю в законодавчій регуляції між різними країнами. У той час як у США право на публічність є захищеним на

рівні штатів, в Європейському Союзі більше уваги приділяється захисту персональних даних через Загальний регламент про захист даних (GDPR). Але обидві правові системи стикаються з викликами, пов'язаними з глобальним поширенням інформації в інтернеті [6].

Соціальні медіаплатформи відіграють ключову роль у поширенні інформації, і їхня відповідальність за порушення права публічності є критично важливою темою [7]. Однак існують значні розбіжності щодо того, як платформи повинні реагувати на скарги з боку користувачів. Відсутність уніфікованих міжнародних стандартів щодо захисту прав публічності значно ускладнює вирішення проблем [8].

Для ефективного захисту прав публічності та репутації у цифрову епоху необхідно впроваджувати наступні заходи:

Створення нових правових норм, що стосуються захисту публічних осіб від недобросовісного використання їхнього образу у цифровому середовищі.

Міжнародна співпраця щодо встановлення глобальних стандартів відповідальності соціальних платформ за поширення контенту.

Впровадження технологій захисту персональних даних та контроль за використанням зображень осіб без їхньої згоди.

Підвищення обізнаності громадськості щодо прав на публічність та можливостей захисту своїх прав у разі порушення.

Цифрова епоха відкриває безліч нових можливостей для самовираження, однак вона також несе значні загрози для права публічності та захисту репутації [9]. Забезпечення балансу між свободою вираження думок та захистом приватного життя і репутації є одним з найважливіших завдань сучасного правового регулювання. Для цього необхідне як законодавче врегулювання, так і технологічна підтримка з боку платформ та міжнародна співпраця.

## СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. McCarthy J. T. The Rights of Publicity and Privacy. West Academic Publishing. 2019. Vol. 7, P. 102–150.
2. Rothman J. E. Rothman's Roadmap to the Right of Publicity. Oxford University Press. 2020. Vol. 3, P. 55–78.
3. Fraser S. M. Social Media and the Law: A Guidebook for Communication Students and Professionals. Routledge. 2018. Vol. 4, No 1. P. 98–123.
4. Ginsburg J. C. The Right of Publicity in the Age of Social Media. Columbia Journal of Law & the Arts. 2017. Vol. 41, No 2. P. 1–45.
5. Schwarz M. Balancing Privacy and the Right of Publicity in the Digital Age. Berkeley Technology Law Journal. 2019. Vol. 34, No 3. P. 1027–1054.
6. Cooper S., Swartz J. Protecting Reputation in the Era of Social Media. Journal of Media Law and Ethics. 2020. Vol. 29, No 1. P. 79–94.
7. Pessach G. Publicity Rights and Free Speech in the Digital Age. Journal of Intellectual Property Law. 2017. Vol. 24, No 1. P. 98–128.
8. Коваль О. Право на публічність «right of publicity»: деякі питання правового регулювання. *Юридичний науковий електронний журнал*. 2020. № 8.
9. Dillinger T. Influencers and the Unauthorized Use of Image Rights: An International Perspective. International Review of Law, Computers & Technology. 2019. Vol. 33, No 4. P. 287–309.