

Annales Universitatis Paedagogicae Cracoviensis

Studia ad Bibliothecarum Scientiam Pertinentia 21 (2023)

ISSN 2081-1861

DOI 10.24917/20811861.21.32

Magdalena Gwioździk

Europejska Wyższa Szkoła Prawa i Administracji w Warszawie

ORCID 0009-0003-9664-6227

Prawo własności intelektualnej w muzyce i choreografii (na przykładzie wybranych mediów społecznościowych)

1. Regulacje prawne w zakresie ochrony własności intelektualnej w mediach społecznościowych

a) Przepisy prawa międzynarodowego, unijnego i krajowego

Ochronę własności intelektualnej w zakresie prawa autorskiego i praw pokrewnych w Internecie regulują przepisy na poziomie prawa międzynarodowego, europejskiego (unijnego) i krajowego. Do pierwszych należą międzynarodowe regulacje państw członkowskich, wynikające z konwencji: berneńskiej (1886 r.), powszechnej (1952 r.), rzymskiej (1961 r.), a także z międzynarodowych traktatów Światowej Organizacji Własności Intelektualnej (WIPO) z 1996 r. Ponadto Powszechna Deklaracja Praw Człowieka ONZ z 1948 r. stanowi, że „każdy człowiek ma prawo do ochrony moralnych i materialnych korzyści wynikających z jego działalności naukowej, literackiej czy artystycznej”¹ (art. 27, pkt 2).

Drugie to unijne ustalenia dotyczące ochrony prawa autorskiego i praw pokrewnych, podejmowane zgodnie z art. 118 Traktatu o funkcjonowaniu Unii Europejskiej z 2009 r. Dyrektywa Parlamentu Europejskiego i Rady z dnia 27 września 2011 r. dotyczyła zmiany dyrektywy 2006/116/WE w sprawie czasu ochrony prawa autorskiego i niektórych praw pokrewnych (zmieniająca dyrektywę 2006/116/WE). Zgodnie z nią wydłużono okres ochrony prawa autorskiego i niektórych praw pokrewnych w przypadku wykonawców nagrań dźwiękowych z 50 do 70 lat (po zarejestrowaniu), a dla kompozytorów i autorów tekstów do 70 lat po śmierci autora. Ta granica 70-letniego okresu ochrony stała się międzynarodowym standardem w ochronie nagrań dźwiękowych, przyjętym w ok. 64 krajach na całym świecie². Kolejne regulacje to Rozporządzenie Parlamentu Europejskiego i Rady (UE) 2017/1128 z dnia 14 czerwca 2017 r. dotyczące transgranicznego przenoszenia

1 Powszechna Deklaracja Praw Człowieka, [on-line:] https://www.unesco.pl/fileadmin/user_upload/pdf/Powszechna_Deklaracja_Praw_Czlowieka.pdf – 12.09.2023.

2 *Własność intelektualna, przemysłowa i handlowa, Noty tematyczne o Unii Europejskiej. Parlament Europejski*, [on-line:] <https://www.europarl.europa.eu/factsheets/pl/sheet/36/wlasnosc-intelektualna-przemyslowa-i-handlowa> – 12.09.2023.

na rynku wewnętrznym usług online w zakresie treści³, a także dyrektywa mająca na celu ułatwienie śledzenia naruszeń praw autorskich w Internecie, czyli dyrektywa Parlamentu Europejskiego i Rady (UE) 2019/790 z dnia 17 kwietnia 2019 roku w sprawie prawa autorskiego i praw pokrewnych na jednolitym rynku cyfrowym, wraz ze zmianą dyrektyw 96/9/WE i 2001/29/WE (Dz. Urz. UE L 2019, nr 130/92), oraz dyrektywa Parlamentu Europejskiego i Rady 2014/26/UE z dnia 26 lutego 2014 r. w sprawie zbiorowego zarządzania prawami autorskimi i prawami pokrewnymi oraz udzielania licencji wieloterytorialnych dotyczących praw do utworów muzycznych do korzystania online na rynku wewnętrznym (Dz. Urz. UE L 84 z 20.03.2014, str. 72)⁴.

W Polsce tę dyrektywę wdrożyła Ustawa z dnia 15 czerwca 2018 r. o zbiorowym zarządzaniu prawami autorskimi i prawami pokrewnymi (Dz.U. z 4 lipca 2018 r., poz. 1293), nowelizująca 12 rozdział Ustawy o prawie autorskim i prawach pokrewnych z 1994 r., (Dz.U. z 2022 r., poz. 2509)⁵. Ustawa z 2018 r. służy do dokumentowania i ochrony utworów masowo udostępnianych w Internecie, zwłaszcza bez zgody uprawnionych, oraz do podziału tantiem. Jej art. 4 stanowi: „Organizacja zbiorowego zarządzania prawami autorskimi lub prawami pokrewnymi [...] zbiorowo zarządza prawami autorskimi lub prawami pokrewnymi na podstawie umowy o zbiorowe zarządzanie prawami autorskimi lub prawami pokrewnymi, umowy o reprezentacji, ustawy o prawie autorskim i prawach pokrewnych lub niniejszej ustawy, w zakresie udzielonego zezwolenia”⁶. Organizacją zbiorowego zarządzania (OZZ) w Polsce mogą być stowarzyszenia zrzeszające „twórców, artystów wykonawców, producentów, wydawców opublikowanych utworów słownych lub organizacje radiowe lub telewizyjne, których podstawowym celem statutowym jest zbiorowe zarządzanie prawami autorskimi lub prawami pokrewnymi na rzecz tych uprawnionych. Status OZZ przyznawany jest przez ministra właściwego do spraw kultury i ochrony dziedzictwa narodowego”⁷. OZZ może gromadzić dane do-

3 Rozporządzenie Parlamentu Europejskiego i Rady (UE) 2017/1128 z dnia 14 czerwca 2017 r. w sprawie transgranicznego przenoszenia na rynku wewnętrznym usług online w zakresie treści, [on-line:] <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/PL/TXT/?qid=1557493780595&uri=CELEX:32017R1128-12.08.2023>.

4 Uzupełnieniem tej dyrektywy jest *Akt o rynkach cyfrowych* (przyjęty przez Radę 18 lipca 2022 r.), mający na celu zapewnienie „równych warunków działania wszystkim firmom cyfrowym” oraz *Akt o usługach cyfrowych* (przyjęty 4 października 2022 r., obowiązujący od 17 lutego 2024 r.) chroniący „prawa podstawowe użytkowników i umożliwiający wolną i uczciwą konkurencję w sektorach cyfrowych”. *Akt o rynkach cyfrowych*, [on-line:] <https://www.consilium.europa.eu/pl/policies/digital-markets-act/> - 5.09.2023 oraz *Akt o usługach cyfrowych*, [on-line:] <https://www.consilium.europa.eu/pl/policies/digital-services-act/> - 5.09.2023.

5 Więcej na ten temat zob. *Ustawa o prawie autorskim i prawach pokrewnych. Komentarz*, red. E. Ferenc-Szydełko, Warszawa 2021.

6 Ustawa z dnia 15 czerwca 2018 r. o zbiorowym zarządzaniu prawami autorskimi i prawami pokrewnymi (Dz.U. 2018 poz. 1293).

7 *Prawo w kulturze. Organizacje zbiorowego zarządzania*, [on-line:] <https://www.legalnakultura.pl/pl/prawo-w-kulturze/organizacje-zbiorowego-zarzadzania#gsc.tab=0> - 12.10.2023. Obecnie w Polsce działają m.in. Stowarzyszenie COPYRIGHT POLSKA, KOPIPOL – Stowarzyszenie Zbiorowego Zarządzania Prawami Autorskimi Twórców Dzieł Naukowych

tyczące „każdego utworu muzycznego i słowno-muzycznego, poszczególnych pól eksploatacji i terytoriów, w stosunku do których organizacja zbiorowego zarządzania została upoważniona do udzielania licencji wieloterytorialnych”⁸ (art. 56)⁹.

Podobne regulacje przyjęły państwa pozaeuropejskie. W USA w 1998 r. została uchwalona ustawa *Digital Millennium Copyright Act* (DMCA), która dostosowywała amerykańskie prawo autorskie do rozpowszechniania utworów w Internecie, a sprawami naruszenia zajmuje się powołana na mocy *Copyright Alternative in Small-Claims Enforcement (CASE) Act of 2020* Rada ds. Roszczeń Praw Autorских (*Copyright Claims Board*). W 2018 r. przyjęto nowe prawo – *Music Modernization Act* (MMA), modernizujące użycie licencji muzycznych w erze cyfrowej. Jego wprowadzenie poprzedziły raporty US Copyright Office (*Copyright and the Music Marketplace 2015*), z których wynikała konieczność opracowania nowych, zaktualizowanych zasad, dotyczących licencjonowania dzieł muzycznych. W debacie uczestniczyły różne podmioty zainteresowane tym zagadnieniem, w tym przedstawiciele platform społecznościowych, jak to określił senator Orrin Hatch: „All sides of the music industry came together to find a way to make our music laws better. To make them function properly. To update them for the digital age”¹⁰. MMA reguluje zasady wykorzystywania i dystrybucji muzyki przez platformy cyfrowe, z uwzględnieniem praw twórców (producentów, realizatorów i inżynierów dźwięku). Powstała organizacja non-profit The Mechanical Licensing Collective (The MLC), z siedzibą w Nashville, która w celu administrowania licencji muzycznych opracowała narzędzia służące do identyfikacji nagrań dźwiękowych, czyli MLC Database oraz MLC Portal (dla członków MLC)¹¹. Wyszukiwarka utworów muzycznych jest dostępna publicznie, pozwala na wyszukiwanie wg takich kryteriów jak: work title, writer name, writer IPI, publisher name, publisher IPI, MLC publisher number, przy czym można wyszukiwać także wg kryteriów łączonych¹² (zob. il. 1).

i Technicznych, REPROPOL – Stowarzyszenie Dziennikarzy i Wydawców, SAWP – Stowarzyszenie Artystów Wykonawców Utworów Muzycznych i Słowno-Muzycznych, SFP-ZAPA – Związek Autorów i Producentów Audiowizualnych przy Stowarzyszeniu Filmowców Polskich, STOART – Związek Artystów Wykonawców, ZAiKS – Stowarzyszenie Autorów, ZPAV – Związek Producentów Audio-Video.

8 Ustawa z dnia 15 czerwca 2018 r. o zbiorowym...

9 Umowa licencyjna upoważnia do korzystania z utworu na wymienionych w umowie polach eksploatacji z określeniem zakresu, miejsca i czasu, zob. *Prawo własności intelektualnej*, red. J. Sieńczyło-Chlabicz, Warszawa 2018, s. 199–204; Ustawa z dnia 4 lutego 1994 r. o prawie autorskim i prawach pokrewnych (DZ. U. z 2022 r., poz. 2509, art. 67, postanowienia umowy licencyjnej), [on-line:] <https://lexlege.pl/ustawa-o-prawie-autorskim-i-prawach-pokrewnych/art-67/> – 4.04. 2023.

10 *The United States modernizes its music licensing system*, „WIPO Magazine” 2018, [on-line:] https://www.wipo.int/wipo_magazine/en/2018/06/article_0002.html – 12.09.2023.

11 *The MLC*, [on-line:] <https://www.themlc.com/faqs/categories/mlc> – 12.09.2023.

12 *The MLC Public Work Search*, [on-line:] <https://portal.themlc.com/search#publisher> – 12.09.2023.

Ilustracja 1. The MLC Public Work Search

Work Title: Watermelon sugar

Writer Name: Harry Styles

Add Criteria +

Reset Search Search

Showing 1 - 1 of 1 results

WATERMELON SUGAR

MLC Song Code: WBZKNS
ISWC: T9307079056

Writers (4)
THOMAS EDWARD PERCY HULL, HARRY EDWARD STYLES, MITCHELL KRISTOPHER ROWLAND, TYLER JOHNSON, HARRY STYLES, KID HARPOON, TYLER JOHNSON, HARRY STYLES, HARRY STYLES, HARRY STYLES...

Recording Artists (4) (37)
HARRY STYLES, KID HARPOON, TYLER JOHNSON, HARRY STYLES, HARRY STYLES, HARRY STYLES...

Total Known Shares
100%

Źródło: [on-line:] <https://portal.themlc.com/search#work> – 12.09.2023.

Ilustracja 2. KOMCA Searching works

[Popular] GUERRILLA - 100004275009

Other Title : GUERRILLA
Lyrics for the first bar : I GET IT BACK 판을뒤집어 [Performer(s) :ATEEZ(E I THI JEU)]

Management Company : 주식회사케이큐엔터테인먼트
Date of Publication : 2022/07/29
ISWC : T-311.078.096-2
Disc Title : THE WORLD EP1 : MOVEMENT

Classification	Writer(s)	Music Publisher	Assignee	Successor	Representation or not
A	EDEN(10000908)				Representation
A	LEEZ(10007102)				Representation
A	OLLOUNDER(10011111)	EDENARY ENTERTAINMENT			Representation
A	BUDDY(10011549)	SONY MUSIC PUBLISHING KOREA			Representation
A	MADDOX(10018682)	EDENARY ENTERTAINMENT			Representation
A	KIM HONG JOONG(10020014)				Representation
A	SONG MIN GI(10020016)				Representation
C	EDEN(10000908)				Representation
C	LEEZ(10007102)				Representation
C	OLLOUNDER(10011111)	EDENARY ENTERTAINMENT			Representation
C	BUDDY(10011549)	SONY MUSIC PUBLISHING KOREA			Representation
C	MADDOX(10018682)	EDENARY ENTERTAINMENT			Representation
AR	EDEN(10000908)				Representation
AR	LEEZ(10007102)				Representation
AR	OLLOUNDER(10011111)	EDENARY ENTERTAINMENT			Representation
AR	BUDDY(10011549)	SONY MUSIC PUBLISHING KOREA			Representation
AR	MADDOX(10018682)	EDENARY ENTERTAINMENT			Representation

Źródło: [on-line:] <https://www.komca.or.kr/foreign2/eng/S01.jsp> – 12.09.2023.

Podobny cel jak MLC ma członek WIPO – Korean Music Copyright Association (KOMCA): „KOMCA's main role is to support its member music creators by licensing their musical works to users, collect and distribute royalties paid in compensation for the use of music in various aspects and purposes, from personal use to business exploitation of both performing and mechanical rights”¹³. KOMCA również opraco-

¹³ *Korean Music Copyright Association*, [on-line:] <https://www.komca.or.kr/foreign2/eng2/K0201.jsp> – 12.09.2023. Można zostać członkiem lub pełnym członkiem tej organi-

wała bazę danych utworów muzycznych, dostępną online. Można wyszukiwać dane krajowe i międzynarodowe (także według producenta, wytwórni) według tytułu utworu, tytułu albumu, wykonawcy oraz autora tekstu lub wydawcy, a także według numeru nadanego członkom organizacji. Określany jest także udział członka w powstaniu utworu: A – autor tekstu, C – kompozytor, AR – aranżacja (zob. il. 2).

b) Regulacje prawne w mediach społecznościowych

Media społecznościowe są najczęściej określane jako środki przekazu, technologie online (internetowe i mobilne), które, po pierwsze, umożliwiają społeczną interakcję, czyli budowanie i podtrzymywanie kontaktu, relacji między użytkownikami¹⁴, czemu sprzyja wielość możliwych do wyboru platform, ich dostępność, użyteczność, zasięg, szybkość i dobrowolność rozpowszechniania i aktualizowania informacji itp. Po drugie, wysoka interakcyjność mediów społecznościowych pozwala na aktywność użytkowników (odbiorców, słuchaczy, widzów, nadawców, konsumentów, producentów) w przekazywaniu, wymianie, wykorzystywaniu, modyfikowaniu, a także generowaniu i współtworzeniu – praktycznie na dowolną skalę – treści tekstowych, audialnych i audiowizualnych¹⁵. Te cechy mediów społecznościowych przyczyniły się do ich dynamicznego rozwoju, zwłaszcza w ostatnich latach¹⁶, oraz do zmiany preferencji wyboru mediów społecznościowych¹⁷,

zacji (wówczas z prawem głosu, wybór zależy od liczby uzyskanych w ciągu 3 lat tantiem, zob. *Articles of Association*, [on-line:] <https://www.komca.or.kr/foreign2/eng2/K0401.jsp> – 12.09.2023.

14 Przegląd definicji mediów społecznościowych zob. m.in. J. Hopkins, *How to Define Social Media – An Academic Summary*, [on-line:] <https://julianhopkins.com/how-to-define-social-media-an-academic-summary/> – 10.10.2023; por. definicje w opracowaniach: *The Sage Handbook of Social Media Research Methods*, Los Angeles, London 2017 oraz *Prawo a media społecznościowe*, red. R. Markiewicz, Kraków 2022, s. 19–77, a także: A.M. Kaplan, M. Haenlein, *Users of the world, unite! The challenges and opportunities of social media*, „Business Horizons” 2010, t. 53(1), s. 59–68; *Vademecum bezpieczeństwa informacyjnego*, t. 1. A–M, red. O. Wasziuta, R. Klepka, Kraków 2019, s. 202–209; D. Buchnowska, *Wykorzystanie mediów społecznościowych przez uczelnie wyższe i studentów w świetle badań własnych*. „Nauki o Zarządzaniu” 2013, nr 2, s. 37–38; E. Krok, *Media społecznościowe elementem zarządzania wiedzą w firmie*, „Zeszyty Naukowe Uniwersytetu Szczecińskiego Studia Informatica” 2011, nr 28, s. 50–51.

15 Na ten temat zob. m.in. Z. Sujon, *The social media age*, Los Angeles 2021; A. Kozłowska, *Oddziaływanie mass mediów*, Warszawa 2006; P. Machura, *Media społeczne w procesie komunikacji marketingowej*, „Zarządzanie i Finanse” 2012, nr 1, cz. 1, s. 481; A.M. Kaplan, M. Haenlein, *Users of the world...*, s. 60; C.T. Carr, R.A. Hayes, *Social Media: Defining, Developing, and Divining*, „Atlantic Journal of Communication” 2015, vol. 23(1), s. 50. Por. także *The Sage Handbook of Social Media Research Methods...*, tu zwłaszcza cz. 1: L. McCay-Peet, A. Quan-Haase, *What is Social Media and What Questions Can Social Media Research Help Us Answer?*; *The SAGE handbook of social media*, eds. J. Burgea, A. Marwick, T. Poell, Los Angeles 2019.

16 *Digital 2022: global overview report*, [on-line:] <https://datareportal.com/reports/digital-2022-global-overview-report> – 12.10.2023; „[...] typowy użytkownik Internetu w wieku produkcyjnym spędza obecnie ponad 2,5 godziny dziennie, korzystając z platform społecznościowych”, S. Kemp, *Digital 2023: global overview Report*, [on-line:] <https://datareportal.com/reports/digital-2023-global-overview-report> – 12.09.2023.

17 Tamże.

co wymaga zwrócenia uwagi na zasady dostępu oraz korzystania z tych portali i związane z tym kwestie prawne, takie jak m.in. granice wolności wypowiedzi, prawo do prywatności, zasada równości i niedyskryminacji, ochrona danych osobowych, ochrona dóbr osobistych oraz dozwolony użytek a postanowienia licencyjne, odnoszące się do własności intelektualnej¹⁸.

Kulturze partycypacji i działaniom prosumenckim sprzyjają tak popularne media społecznościowe jak TikTok, Instagram i YouTube¹⁹, a zamieszczanie tam na globalną skalę utwory muzyczne i choreograficzne nasuwają pytania o możliwość i zasady ich ochrony prawnej. Na platformach są umieszczane odpowiednie informacje i regulaminy dotyczące obowiązujących tam praw autorskich.

Zarówno Instagram, jak i TikTok informują, czym są prawa autorskie, jak działają na ich platformie, jak prawidłowo korzystać z muzyki, jak się zachować, jeśli ktoś naruszy twoją własność intelektualną na ich platformie. Brakuje jednak podobnych wytycznych dotyczących choreografii.

Na TikToku zawarto definicję praw autorskich, podkreślając, że chronią one „oryginalne dzieła autorskie, takie jak filmy i utwory muzyczne [...] oryginalny sposób wyrażenia idei (np. określony sposób wyrażenia lub stworzenia filmu lub muzyki), ale nie chronią samej idei ani faktów”²⁰, zabronione jest bez odpowiedniego zezwolenia wykorzystywanie treści chronionych prawem autorskim (naruszenia w tej mierze powinny być odpowiednio zgłaszane, z uwzględnieniem miejsca zamieszkania, np. w krajach tworzących Europejski Obszar Gospodarczy), a osoby nieprzestrzegające tej zasady otrzymują ostrzeżenie, będą miały zawieszane/zamknięte konto i usuwane treści. Misją TikToka jest „inspirowanie kreatywności i dostarczanie radości, a [...] muzyka może być elementem tej ekspresji i indywidualności w serwisie TikTok”²¹, stąd korzystanie z muzyki na platformie jest możliwe na trzy sposoby. Pierwszy ułatwia przygotowana Ogólna Biblioteka Muzyki licencjonowanej (*Dźwięki*), z której można wybierać utwory na użytek niekomercyjny, przy czym nie można muzyki przekazywać innym platformom. TikTok zawarł umowy licencyjne z wytwórniami Warner Music Group Corp., UMG Recordings Inc. i Sony Music Entertainment. Drugi to korzystanie z Biblioteki Muzyki Komercyjnej (*Dźwięki komercyjne*), utwory można udostępniać innym podmiotom w celach komercyjnych. Nową usługą jest także Track Club, czyli licencja na muzykę firmy Marmoset²². Trzeci

18 *Prawo a media społecznościowe...*; J. Skrzypczak, *Czy należy prawnie regulować funkcjonowanie platform mediów społecznościowych?*, „Annales Universitatis Paedagogicae Cracoviensis. Studia de Cultura” 2022, t. 14(1), s. 76–95;

19 W 2022 r. TikTok był najczęściej używaną aplikacją społecznościową na świecie, średnio użytkownicy spędzili tam 23,5 godziny miesięcznie, na YT – 23,09 godziny, a na Instagramie – 12 godzin, z kolei w styczniu 2023 r. Instagram był na drugim miejscu wśród ulubionych platform medialnych, a TikTok na piątym miejscu, choć jego popularność stale wzrasta, S. Kemp, *DIGITAL 2023...*, zob. M. Popiołek, *Serwisy społecznościowe w przestrzeni internetowej – (social)mediatyżacja życia codziennego*, „Zeszyty Prasoznawcze” 2015, t. 58, nr 1, s. 60–71.

20 *Prawa autorskie, TikTok*, [on-line:] <https://support.tiktok.com/pl/safety-hc/account-and-user-safety/copyright> – 12.09.2023.

21 *Warunki korzystania z usług muzycznych, Tik Tok*, [on-line:] <https://www.tiktok.com/legal/page/global/music-terms-eea/pl> – 12.09.2023.

22 *Track Club*, [on-line:] <https://www.trackclub.com> – 12.09.2023.

sposób umożliwia zamieszczanie własnych utworów oryginalnych (*Dźwięki oryginalne*). Istotne jest zatem określenie zasad i celów wykorzystywania przez użytkowników oryginalnej muzyki, także wówczas, gdy jest ona tylko tłem (np. jest odtwarzana z radia), co umożliwia dostęp do muzyki zamieszczonej w bibliotece audio, którą następnie można wykorzystać w filmach na tej platformie (lecz nie w celach komercyjnych lub na innych platformach)²³. Wykorzystanie muzyki zgodnie z prawem wymaga zatem ustalenia, jaki rodzaj utworu jest wybierany (utworem nie jest np. dźwięk samochodu), na jakiej licencji jest udostępniany.

Instagram również podaje konkretne wytyczne dla użytkowników, jak wykorzystywać muzykę w swoich postach, relacjach i filmach na żywo. Jednocześnie przypomina, że „nagranie dźwiękowe nie powinno być głównym elementem filmu”²⁴. Instagram kontroluje działania użytkowników w zakresie transmisji z wykorzystaniem muzyki i – w razie potrzeby – powiadamia o naruszeniu praw autorskich, wycisza lub blokuje film²⁵. Zarazem szczegółowo wyjaśnia zasady praw autorskich w odniesieniu do publikowania treści na Instagramie oraz sprecyzowany sposób zgłaszania naruszeń tych praw²⁶. Jednocześnie zauważono, że przepisy obowiązujące w różnych krajach mogą być odmienne, użytkownicy są zatem kierowani po dodatkowe informacje na strony U.S. Copyright Office (Amerykańskiego Biura ds. Praw Autorskich) lub Światowej Organizacji Własności Intelektualnej (WIPO). Publikowane są również wskazówki dotyczące legalnego publikowania muzyki na Instagramie²⁷.

YouTube z kolei podkreśla, że „twórcy powinni przysyłać tylko samodzielnie stworzone filmy lub takie, z których mają prawo korzystać. Oznacza to, że nie powinni przysyłać filmów niestworzonych samodzielnie ani bez koniecznych pozwoleń używać w swoich filmach treści, do których prawa autorskie należą do kogoś innego, np. utworów muzycznych, fragmentów programów objętych prawami autorskimi lub filmów nagranych przez innych użytkowników”²⁸. Można również wysłać żądanie usunięcia treści naruszających lokalne prawa autorskie, a w przypadku treści muzycznych użytkownik ponosi odpowiedzialność prawną za naruszenie prawa autorskiego²⁹.

Natomiast platforma X (dawniej Twitter) informuje ogólnie użytkowników o prawach autorskich (copyright policy), powołując się na DMCA, odsyła do strony US Copyright Office oraz stron poświęconych prawu własności intelektualnej (*Intellectual Property*). Jednocześnie użytkownik, który nie jest pewny, czy narusza cudze

23 *Track Club*, [on-line:] <https://www.trackclub.com/?ref=trackclub.com> – 12.09.2023.

24 *Czy do wideo na Instagramie mogę dodać muzykę?*, Centrum pomocy, [on-line:] <https://help.instagram.com/629037417957828> – 12.09.2023.

25 Tamże.

26 *Prawa autorskie*, Centrum pomocy, [on-line:] https://help.instagram.com/126382350847838?helpref=faq_content – 12.11.2023.

27 *How to Use Copyrighted Music on Instagram Legally*, Track Club, [on-line:] <https://www.trackclub.com/resources/how-to-use-copyrighted-music-on-instagram-legally> – 2.09.2023.

28 *Prawa autorskie*, YouTube, [on-line:] <https://www.youtube.com/howyoutubeworks/policies/copyright> – 12.10.2023.

29 *Zasady dotyczące przechowywanych treści muzycznych*, YouTube, [on-line:] https://support.google.com/youtube/answer/9744173?hl=pl&ref_topic=6154211&sjid=4963004756648821758-EU – 12.08.2023.

prawa, powinien się zwrócić do prawnika, a jeżeli uważa, że to jego prawo zostało naruszone, ma zwrócić się bezpośrednio do użytkownika, który je naruszył, a nie do administracji platformy³⁰.

Platformy społecznościowe w różnym stopniu chronią udostępnianą muzykę i choreografię. Mogą odnosić się do krajowych regulacji prawa własności intelektualnej: zwykle muzyka jest tam wyszczególniana, np. w prawie własności intelektualnej w Korei Południowej (*Copyright Act*³¹) art. 4 dotyczy utworów muzycznych (*musical works*), natomiast choreografia jest połączona ze sztukami teatralnymi, pantomimą itp. Podobnie w polskiej Ustawie z dnia 4 lutego 1994 r. o prawie autorskim i prawach pokrewnych jako przedmiot prawa autorskiego określono utwory „muzyczne i słowno-muzyczne”, natomiast choreografia jest wymieniana wraz z utworami „scenicznymi, sceniczno-muzycznymi, choreograficznymi i pantomimicznymi”³². Podawane są także bardziej szczegółowe zasady, precyzujące sposób wykorzystywania zamieszczanych treści (głównie na TikToku, który stał się platformą promowania muzyki), zwykle są także ustalane sposoby zgłaszania przekroczenia praw autorskich, wraz z przewidzianymi sankcjami.

2. Podstawy wykorzystywania utworów muzycznych w mediach społecznościowych

Prawo autorskie dotyczące zasad wykorzystywania muzyki jest o wiele bardziej sprecyzowane niż prawo autorskie odnoszące się do choreografii, które nadal posiłkuje się normami ustalonymi dla baletu. Coraz częściej dochodzi przy tym do nielegalnego wykorzystywania utworów muzycznych w postaci na mediach społecznościowych. Istotne jest przy tym nie tylko rozróżnienie użytku prywatnego i komercyjnego, ale dodatkowo prawa są rozdzielane na nagranie dźwięku i kompozycję utworu (słowa i nuty), stąd właścicielami praw mogą być różne podmioty, np. wytwórnie płytowe i wydawcy muzyczni (dlatego w przypadku połączenia muzyki i wideo stosowane są licencje łączone)³³. Zastosowanie regulacji prawnych poświadczają coraz liczniejsze pozwy o naruszenie praw autorskich do muzyki, jak w przypadku piosenki *Thinking Out Loud* (z 2015 r.) Eda Sheerana, któremu zarzucono, że utwór ten jest kopią *Let's Get It On*, piosenki napisanej przez Marvinę Gaye'a i Eda Townsenda w 1973 r. Istotą sporu były granice między możliwością czerpania inspiracji a kopiowaniem elementów oryginalnych, w przeciwieństwie do elementów niechronionych (powszechnych), z których każdy może swobodnie korzystać³⁴.

30 *Copyright policy*, X help center, [on-line:] <https://help.twitter.com/en/rules-and-policies/copyright-policy> – 12.08.2023.

31 *Copyright Act*, [on-line:] https://www.komca.or.kr/form_foreign/KOREA_COPYRIGHT_ACT.pdf – 12.09.2023.

32 Ustawa z dnia 4 lutego 1994 r. o prawie autorskim i prawach pokrewnych..., art. 1, pkt 7–8.

33 *TikTok Lawsuits Target Brands, Influencers*, [on-line:] <https://www.jdsupra.com/legalnews/tiktok-lawsuits-target-brands-3202437> – 12.11.2023.

34 *In the Courts: Ed Sheeran succeeds in music copyright infringement case, but it's not over yet...*, „WIPO Magazine” September 2023, [on-line:] https://www.wipo.int/wipo_magazine/en/2023/03/article_0003.html – 12.11.2023.

Pozwy mogą dotyczyć sposobu wykorzystywania muzyki także w komunikatach reklamowych, np. Prezes UOKiK określił rekomendacje, odnoszące się do oznaczania treści reklamowych przez influencerów w mediach społecznościowych³⁵. Innym przykładem takich działań jest pozew z października 2023 r. Sony Music wobec firmy kosmetycznej OFRA Cosmetics, która wielokrotnie w reklamach swoich produktów w mediach społecznościowych wykorzystywała bez licencji (i zlecała to influencerom) muzykę Mariah Carey (np. *All I Want For Christmas Is You*), Britney Spears (*Oops!...I Did It Again*), Harry'ego Styles'a (*As It Was*) i innych artystów³⁶. Przełomowy w prawodawstwie amerykańskim okazał się pozew Universal Music Group wobec firmy Bank Energy, wykorzystującej muzykę w reklamach na Tik Toku. Sędzia William Dimitrouleas z Florydy stwierdził, że strategia marketingowa Bang Energy na TikToku w rzeczywistości narusza prawa autorskie Universal Music Group. Jednocześnie influencerzy, którym firma ta płaciła za tworzenie treści na ich stronach, nie naruszyli praw autorskich wytwórci, ponieważ byli objęci licencjami odnoszącymi się do treści generowanych przez użytkowników³⁷.

Możliwe jest również pozwanie platformy, która nie płaci na czas tantiem wynikających z umowy licencyjnej, jak np. w pozwie Sony Music wobec platformy Triller (konkurencyjnej wobec X, dawniej Twittera)³⁸. Natomiast platforma X (dawniej Twitter) nie zawarła umów licencyjnych, nie stosuje się do prawa własności intelektualnej w muzyce, stąd umożliwiła użytkownikom, a nawet zachęcała do wielokrotnego przekraczania tych praw przez pozwalanie na publikowanie (nawet do godziny) muzyki bez licencji, co więcej w ten sposób platforma uzyskała niesprawiedliwą przewagę nad innymi platformami stosującymi się w tym zakresie do prawa. Z tego powodu w 2023 r. pozew zbiorowy wobec niej wystosowało 17 wytwórni (m.in. Sony Music Publishing, BMG Rights Management, and Universal Music Publishing Group) oraz The National Music Publishers' Association za wykorzystywanie ok. 1700 utworów muzycznych bez licencji³⁹.

35 Rekomendacje Prezesa UOKiK dotyczące oznaczania treści reklamowych przez influencerów w mediach społecznościowych, [on-line:] https://www.iab.org.pl/wp-content/uploads/2022/09/Rekomendacje_Prezesa_UOKiK.pdf – 12.11.2023.

36 *Sony Music Sues Cosmetics Brand Ofra for using recordings by Mariah Carey, Britney Spears and other artists in social media ads without permission*, „Music Business Worldwide”, [on-line:] <https://www.musicbusinessworldwide.com/mariah-carey-all-i-want-for-christmas-is-you-sony-music-sues-cosmetics-brand-ofra-for-using-music-in-instagram-and-tiktok-posts-without-permission> – 12.12.2023.

37 *Bang Energy violated UMG music copyrights in TikTok ads, judge says*, Reuters 2022, [on-line:] <https://www.reuters.com/legal/litigation/bang-energy-violated-umg-music-copyrights-tiktok-ads-judge-says-2022-07-12> – 12.09.2023; *What the UMG Ruling Means for Your TikTok Marketing Strategy*, MikeWorldWide, [on-line:] <https://www.mww.com/resources/what-the-umg-ruling-means-for-your-tiktok-marketing-strategy> – 12.09.2023.

38 *Sony Music and Triller settle copyright dispute as tiktok rival prepares to go public*, „Music Business Worldwide”, [on-line:] <https://www.musicbusinessworldwide.com/sony-music-and-triller-settle-copyright-dispute-as-tiktok-rival-prepares-to-go-public> – 12.11.2023.

39 *Twitter does a TikTok, gets sued by music labels over copyrighted songs*, „Firstpost”, [on-line:] <https://www.firstpost.com/world/twitter-gets-sued-by-music-labels-over-copyrighted-songs-12740052.html> – 12.09.2023. *Music publishers sue Twitter for \$250m citing Elon Musk's copyright stance*, „The Guardian”, [on-line:] <https://www.theguardian.com/business/2023/jun/15/music-publishers-sue-twitter-copyright-elon-musk-tweets> – 12.11.2023.

Istotne jest także precyzyjne określenie udziału w powstaniu danego utworu. Przykładowo w 2023 r. na TikToku został ponad 20 mln razy wykorzystany utwór *Cupid* wykonany przez zespół Fifty Fifty⁴⁰. Prawo do nagrania *Cupid* miała wytwórnia ATTRAKT, a prawo do kompozycji wytwórnia podwykonawcza The Givers. Powstały wątpliwości dotyczące praw autorskich do tej piosenki: Ahn Sung Il (pseud. SIAHN), kierujący firmą The Givers, kupił prawo do *Cupid* od pierwotnych producentów, lecz określił się jako jej autor (A) i kompozytor (C)⁴¹. Sprawa jest aktualnie rozpatrywana przez sąd, a tantiemy wstrzymane przez KOMCA (zob. il. 3).

Ilustracja 3. KOMCA Searching works

[Popular] CUPID(TWIN VER.) - 100004929738

Other Title : CUPID(TWIN VER.)
Lyrics for the first bar : A HOPELESS ROMANTIC ALL MY LIFE SURROUNDED BY [Performer(s) :FIFTY FIFTY and 1 others +more]

Management Company : 어트랙트 주식회사 (ATTRAKT)
Date of Publication : 2023/02/24
ISWC : T-316.019.979-7
Disc Title : THE BEGINNING:CUPID

Classification	Writer(s)	Music Publisher	Assignee	Successor	Representation or not
A	SIAHN(W0376000)	THE GIVERS			Representation
C	SIAHN(W0376000)	THE GIVERS			Representation

Źródło: [on-line:] <https://www.komca.or.kr/foreign2/eng/S01.jsp> – 24.02.2024.

Możliwe są także kontrowersje związane z wykorzystaniem nawet jasno określonych licencji, na których jest udostępniana muzyka, a nawet nie utwór muzyczny, ale efekt dźwiękowy (SFX), który również podlega prawu własności intelektualnej⁴². Nagranie udostępnione w bibliotece komercyjnej TikToka przez Anthony'ego Fontanę, który tym samym zgodził się na wykorzystanie dźwięku nie tylko na użytek prywatny, ale także w celach reklamowych, stało się tak popularne, że zaczęły go używać firmy promujące swoje produkty, np. Activision, która użyła tego dźwięku w poście reklamującym grę. Wówczas Fontano skontaktował się z firmą, żądając rekompensaty pieniężnej, uważał bowiem, że dźwięk i wizerunek jego twórcy zostały wykorzystane bez jego zgody. Co więcej, klienci firmy mogli zakładać, że promuje on grę. W odpowiedzi firma Activision wniosła pozew, gdyż jej prawnicy uznali, że ta sytuacja jest przykładem niewłaściwego użycia prawa własności intelektualnej w celu wyłudzenia pieniędzy. Fontano bowiem sam oznaczył dźwięk jako przeznaczony do użytku komercyjnego, stąd publikując go w tym miejscu, zgodził się na jego wykorzystanie przez innych użytkowników⁴³.

⁴⁰ *Billboard*, [on-line:] <https://www.billboard.com/music/music-news/fifty-fifty-cupid-tiktok-top-song-2023-1235544791/> – 12.11.2023.

⁴¹ *The Korea Music Copyright Association will withhold all royalty payments for FIFTY FIFTY's 'Cupid' until copyright disputes are settled*, [on-line:] <https://www.allkpop.com/article/2023/07/the-korea-music-copyright-association-will-withhold-all-royalty-payments-for-fifty-fiftys-cupid-until-copyright-disputes-are-settled> – 12.12.2023.

⁴² *Are Sound Effects Copyrighted? A Guide for Content Creators*, Track Club, [on-line:] <https://www.trackclub.com/resources/are-sound-effects-copyrighted/> – 15.12.2023.

⁴³ *Activision Is Suing a TikTok Music Critic For Alleged 'Scheme' To Demand Legal Settlements Over Meme*, *Billboard*, [on-line:] <https://www.billboard.com/business/legal/activision-suing-tiktok-music-critic-enough-slices-meme-1235377879/> – 12.09.2023.

3. Własność intelektualna w choreografii a media społecznościowe

Ustawodawstwo dotyczące praw autorskich i praw pokrewnych, obejmujące choreografię, nie nadąża za szybkim rozwojem form tanecznych w mediach społecznościowych, gdyż było tworzone głównie w XX w., zatem nie odnosi się do współczesnych trendów stosowania choreografii. Podstawą była Konwencja Berneńska⁴⁴, a prawa krajowe regulują własność intelektualną w zakresie zapisu utworu (ustalenia/utrwalenia) i jego oryginalności. Obecnie w Polsce przedmiotem prawa autorskiego są utwory „sceniczne, sceniczno-muzyczne, choreograficzne i pantomimiczne”⁴⁵, a do ochrony wystarczy ustalenie utworu. W ustawach na gruncie zarówno prawa polskiego, jak i zagranicznego choreografia jest zatem wymieniana razem z innymi utworami scenicznymi i pantomimicznymi, a nie samodzielnie jak w przypadku utworów muzycznych. Tymczasem rozwój choreografii w mediach społecznościowych wskazuje na konieczność nowych regulacji. Brakuje ponadto jednoznacznego zdefiniowania choreografii (np. nie podaje jej amerykański Copyright Act⁴⁶, lecz tylko Copyright Office⁴⁷). Ogólnie choreografię można uznać za działanie twórcze i efekt tego działania, czyli utwór choreograficzny.

Prawo dotyczące ochrony choreografii było tworzone z myślą o choreografii baletowej i teatralnej, do czego odnoszą się wymogi związane z cechami utworu choreograficznego, który może podlegać ochronie prawno-autorskiej⁴⁸. Podobnie jak utwór muzyczny składa się z określonych nut, ułożonych w konkretną aranżację przez kompozytora, tak określone ruchy i pozy składają się na utwór choreograficzny. Nawet jeśli te ruchy same w sobie, a nawet styl taneczny, nie mogą być chronione prawnie, to ich kompozycja już tak, pod warunkiem że spełnia wszystkie przesłanki prawne danego państwa. W Polsce wymogiem jest oryginalność (działalność twórcza), indywidualny charakter, rezultat pracy człowieka, ustalenie (w dowolnej postaci). Z kolei w USA wymogiem jest oryginalność, sposób wyrażenia pomysłów (*expression*) i utrwalenie na nośniku materialnym⁴⁹.

Można się zastanawiać, czy wykonanie choreografii przez innego tancerza, w innym otoczeniu, z inną interpretacją nie jest nową ekspresją. Nasuwają się także pytania o granicę interpretowania lub opracowania utworu choreograficznego

44 *Konwencja Berneńska*, Wolters Kluwer, [on-line:] <https://sip.lex.pl/akty-prawne/dzu-dziennik-ustaw/konwencja-berneńska-o-ochronie-dziel-literackich-i-artystycznych-berno-16778198> – 12.09.2023.

45 Ustawa o prawie autorskim i prawach pokrewnych z 1994 r. (Dz.U. z 2022 r., poz. 2509 (art. 1, ust. 2, pkt 8), [on-line:] <https://sip.lex.pl/akty-prawne/dzu-dziennik-ustaw/prawo-autorskie-16782058> – 12.09.2023.

46 *Copyright Law of the United States (Title 17) and Related Laws Contained in Title 17 of the United States*, U.S. Copyright Office, [on-line:] <https://www.copyright.gov/title17> – 12.09.2023.

47 *Performing Arts*, U.S. Copyright Office, [on-line:] <https://www.copyright.gov/registration/performing-arts/index.html> – 12.09.2023.

48 M. Cyran, *Utwór choreograficzny w prawie autorskim*, „Palestra” 2001, t. 45, nr 3–4, s. 63–79, [on-line:] <https://ruj.uj.edu.pl/xmlui/handle/item/250992?show=full> – 12.09.2023.

49 Na ten temat zob. K. Felchner, *Choreografia i pantomima w świetle prawa autorskiego*, Warszawa 2012.

przez kolejne artystyczne jego wykonania. Kwestia oryginalności z kolei wiąże się z długością tańca i stopniem skomplikowania ruchów. Dodatkowo w doktrynie i judykaturze utrwaliła się przesłanka Sinngehalt (nośnika sensu), która łączy utwór choreograficzny w przekazem treściowym, co odnosi się do baletu, w którym utwór choreograficzny jest związany z libretto (fabułą). Najwięcej problemów budzi jednak sposób ustalenia lub utrwalenia utworu choreograficznego. W przeciwieństwie do prawa kontynentalnego w USA nie wystarczy ustalenie, lecz utrwalenie utworu. Pomimo że teraz zapis choreografii jest prostszy niż wcześniej, kiedy prawo było tworzone – wystarczy forma wideo – do zarejestrowania choreografii może już być konieczny zapis w notacji Labana⁵⁰.

Na gruncie obecnie obowiązującego prawa problem z ochroną autorsko-prawną utworu choreograficznego mają nawet profesjonalni choreografowie. W 2022 r. tancerz Vata w swojej choreografii do piosenki Zico, z programu tv *Street Man fighter*, wykorzystał tzw. driving dance. Twierdził, że samodzielnie go stworzył, tymczasem jest to popisowy ruch ze słynnej choreografii Anze Skrube do piosenki Ateez *Say my Name*⁵¹ (teledysk na YT z 2019 r.). Skrube stwierdził, że kopiowanie ruchów się zdarza, ale co najmniej powinno się podać prawdziwego twórcę ruchu.⁵² Tymczasem w żadnym miejscu nie oznaczono prawidłowo twórcy driving dance, a osoby oskarżone o plagiat nie poniosły żadnych konsekwencji. W tym przypadku nie chodzi o ruch powszechnie wykonywany, ale specyficzny, który – jak uważają użytkownicy – powinien podlegać ochronie (nie jak w przypadku tańca towarzyskiego czy tzw. cytatów ruchowych, zaczerpniętych z życia codziennego).

Coraz częściej choreografowie walczą o ochronę autorsko-prawną swoich dzieł, udostępnianych w mediach społecznościowych. W 2019 r. Sąd Najwyższy USA uznał, że nie można składać pozwu o naruszenie własności intelektualnej, jeśli utwór nie jest zarejestrowany w Copyright Office. Jaquel Knight jako pierwszy choreograf komercyjny zarejestrował choreografię do *Single ladies* Beyonce (wykorzystał do utrwalenia notację Labana). Stworzył następnie firmę zajmującą się pomocą choreografom w ochronie ich praw autorskich⁵³. W Polsce choreografom pomaga ZAIKS.

Na TikToku dominują krótkie formy taneczne, przy czym łatwo tam odszukać oryginalnego twórcę dźwięku, ale trudno znaleźć oryginalnego twórcę choreografii.

50 Notacja Labana (Labana-Knusta, kinetografia), notacja ruchu, pozwala szczegółowo zapisać ruch ciała ludzkiego w czasie i przestrzeni, P. Bielecki, *Laban Movement Analysis – Labanowska Analiza Ruchu*, taniecPolska.pl, [on-line:] <https://taniecPolska.pl/krytyka/lab-an-movement-analysis-labanowska-analiza-ruchu> – 4.04.2023; R. Dobkowska, *Partytura gestu... O historii notacji tańca*, Meakultura, [on-line:] <https://meakultura.pl/arttykul/partytura-gestu-o-historii-notacji-tanca-1305/> – 4.05.2023.

51 S. Dong, *‘Street Man Fighter’ dancer Vata accused of plagiarizing ATEEZ’s choreography*, „The Korea Times”, [on-line:] https://www.koreatimes.co.kr/www/art/2023/12/398_337678.html – 4.12.2023.

52 Solim-Yoon, *Choreographer Anze Skrube confirms ‘Street Man Fighter’ Vata’s move sequence in ‘New Thing’ is copying ATEEZ*, allkpop, [on-line:] <https://www.allkpop.com/article/2022/10/choreographer-anze-skrube-confirms-street-man-fighter-vatas-move-sequence-in-new-thing-is-copying-ateez> – 4.12.2023.

53 S. Vargas, *What Copyright Protections Do Choreographers Have Over Their Work?*, „Dance Magazine”, [on-line:] <https://www.dancemagazine.com/choreography-copyright> – 4.10.2023.

Problemem mogą być zasady funkcjonowania tej aplikacji, sprzyjające naruszeniu praw autorskich choreografów, gdyż aplikacja sortuje wyświetlenia od najpopularniejszych, a nie od najwcześniejszych, trudno jest zatem ustalić oryginalnego twórcę choreografii (np. nie wiadomo, kto spopularyzował tzw. taniec Wednesday). Dodatkowo TikTok Creators Fund wymaga aż 10 tys. obserwujących, żeby można uzyskać tantiemy. Pozwy są trudne do wygrania i nieefektywne, gdyż zanim jedna sprawa się skończy, dochodzi do tysięcy innych naruszeń. To oznacza, że inna osoba niż autor choreografii może na jego pracy zarobić i zyskać popularność. Przykładem jest taniec Renegade autorstwa Jalaiah Harmon, będący trendem na TikToku, ale wyświetlenia należały do popularniejszego użytkownika⁵⁴. Do takich osób należy tiktokerka Addison Rae, która w programie The Tonight Show Jimmiego Fallona uczyła tańców z TikToka – tańce na TikToku z założenia są bowiem krótkie i proste, aby każdy mógł je powtórzyć. Rae jednak nie podała autorów choreografii (Fallon zaprosił ich do kolejnego programu)⁵⁵.

Choreograf może szukać dodatkowej ochrony poprzez zarejestrowanie swojego utworu, co wiąże się z poniesieniem wysokich kosztów (a choreografię na TikToku często tworzą nastolatki, przeważają wśród użytkowników osoby w przedziale 16–24 lata⁵⁶), i spełnienie mało przejrzystych wymagań, bowiem prawo w USA chroni ekspresję, a nie pomysł. Przykładem nieefektywnej ochrony jest sprawa rapera 2 Milly vs Epic Games, dewelopera gry Fortnite. W grze wykorzystano jego popisowy ruch, tzw. the Milly rock, bez oznaczenia autorstwa. Pozew nie mógł być złożony, gdyż sąd stwierdził, że nie ma naruszenia praw autorskich, jeśli choreografia nie była zarejestrowana – a więc ochrona z mocy prawa stanowczo nie wystarczy. Tymczasem w tym przypadku Copyright Office odmówił rejestracji choreografii, bowiem uznał ją za zbyt prostą⁵⁷.

Można jednak przegrać pozew nawet po rejestracji w Copyright Office. Choreograf Kyle Hanagami zarejestrował swoją choreografię, którą wykorzystało Epic Games. Sąd przyrównał choreografię do fotografii, uznając, że układ składa się z pojedynczych póz, które nie są chronione, w związku z czym wykorzystany w grze kilkusekundowy fragment choreografii jest tylko zbiorem póz. Ochrona prawnoprawna autorstwa przysługuje Hanagamiemu tylko do pięciominutowej całości jego choreografii, a nie poszczególnych jej fragmentów. Wykorzystany element tańca, mimo że identyczny z choreografią Hanagamię, nie jest chroniony⁵⁸.

Specyfika funkcjonowania mediów społecznościowych dodatkowo skomplikowała problemy związane z jednoznaczną ochroną własności intelektualnej w muzyce i choreografii, choć jednocześnie wzrosła świadomość konieczności uzyskania

54 *The Original Renegade*, „The New York Times”, [on-line:] <https://www.nytimes.com/2020/02/13/style/the-original-renegade.html> – 4.10.2023.

55 H. Yasharoff, *Jimmy Fallon addresses his TikTok dance segment with Addison Rae. Here's why it sparked backlash*, USA Today Entertainment, [on-line:] <https://eu.usatoday.com/story/entertainment/tv/2021/03/30/tiktok-dances-why-addison-rae-jimmy-fallon-clip-sparked-backlash/7058920002> – 4.10.2023.

56 S. Kemp, *Digital 2023: global overview...*

57 *Supreme Court Of The United States*, [on-line:] https://www.supremecourt.gov/opinions/18pdf/17-571_e29f.pdf – 6.05.2023.

58 J. Paez, *United States Court of appeals for the ninth circuit*, [on-line:] <https://cdn.ca9.uscourts.gov/datastore/opinions/2023/11/01/22-55890.pdf> – 6.05.2023.

zezwoleń na ich wykorzystanie i publikowanie na platformach społecznościowych⁵⁹. Problemy dotyczą nie tylko rozpoznawania, sposobów rejestrowania oraz pól eksploatacji zamieszczanych na platformach utworów muzycznych i choreografii, ale konieczności takiego nowelizowania prawa, by miały one gwarantowaną ochronę z samej mocy prawa. Tymczasem platformy społecznościowe nie zapewniają wystarczającej ochrony, szczególnie dotyczy to choreografii, trudno bowiem stwierdzić, kto pierwszy opublikował dany taniec, a autorzy mogą nawet nie wiedzieć, jakie – i czy w ogóle – prawa im przysługują. Znacznie dokładniej zostały określone zasady wykorzystywania utworów muzycznych i dźwięków w sieci⁶⁰, stąd rozwiązaniem mogłaby być ochrona utworu choreograficznego na podobnej zasadzie jak w przypadku licencji (komercyjnych i niekomercyjnych), na których jest udostępniany utwór muzyczny. Tym bardziej że dzięki mediom społecznościowym, reklamom, sponsorom itp. użytkownicy, którzy nie są oryginalnymi autorami dzieła ani nie oznaczyli oryginalnego autora, zarabiają i zdobywają popularność. Ma to tym istotniejsze znaczenie, że utwory te jako dobra niematerialne stanowią ważne świadectwo współczesnej kultury partycypacji i działań prosumenckich.

Bibliografia

Źródła

- Activision Is Suing a TikTok Music Critic For Alleged 'Scheme' To Demand Legal Settlements Over Meme*, Billboard, [on-line:] <https://www.billboard.com/business/legal/activision-suing-tiktok-music-critic-enough-slices-meme-1235377879> – 12.09.2023.
- Akt o rynkach cyfrowych*, [on-line:] <https://www.consilium.europa.eu/pl/policies/digital-markets-act> – 5.09.2023.
- Akt o usługach cyfrowych*, [on-line:] <https://www.consilium.europa.eu/pl/policies/digital-services-act> – 5.09.2023.
- Are Sound Effects Copyrighted? A Guide for Content Creators*, Track Club, [on-line:] <https://www.trackclub.com/resources/are-sound-effects-copyrighted> – 15.12.2023.
- Articles of Association*, [on-line:] <https://www.komca.or.kr/foreign2/eng2/K0401.jsp> – 12.09.2023.
- Bang Energy violated UMG music copyrights in TikTok ads, judge says*, Reuters 2022, [on-line:] <https://www.reuters.com/legal/litigation/bang-energy-violated-umg-music-copyrights-tiktok-ads-judge-says-2022-07-12> – 12.09.2023.
- Billboard*, [on-line:] <https://www.billboard.com/music/music-news/fifty-fifty-cupid-tiktok-top-song-2023-1235544791> – 12.11.2023.
- Copyright Act*, [on-line:] https://www.komca.or.kr/form_foreign/KOREA_COPYRIGHT_ACT.pdf – 12.09.2023.

⁵⁹ S. Dobrzańska, *Prawo w kulturze*, Legalna Kultura, [on-line:] <https://legalnakultura.pl/pl/prawo-w-kulturze/prawo-w-praktyce/news/2877,jak-legalnie-uzyc-muzyki-do-filmu#gsc.tab=0> – 2.07.2023.

⁶⁰ Zob. A. Sewerynik, *Prawo autorskie w muzyce*, Warszawa 2014; *The 6 Different Types of Music Licenses Explained*, Track Club, [on-line:] <https://www.trackclub.com/resources/types-of-music-licenses> – 6.05.2023.

- Copyright Law of the United States (Title 17) and Related Laws Contained in Title 17 of the United States*, U.S. Copyright Office, [on-line:] <https://www.copyright.gov/title17> – 12.09.2023.
- Copyright policy*, X help center, [on-line:] <https://help.twitter.com/en/rules-and-policies/copyright-policy> – 12.08.2023.
- Czy do wideo na Instagramie mogę dodać muzykę?*, Centrum pomocy, [on-line:] <https://help.instagram.com/629037417957828> – 12.09.2023.
- Digital 2022: global overview report*, [on-line:] <https://datareportal.com/reports/digital-2022-global-overview-report> – 12.10.2023.
- Dong S., *'Street Man Fighter' dancer Vata accused of plagiarizing ATEEZ's choreography*, „The Korea Times”, [on-line:] https://www.koreatimes.co.kr/www/art/2023/12/398_337678.html – 4.12.2023.
- H. Yasharoff, *Jimmy Fallon addresses his TikTok dance segment with Addison Rae. Here's why it sparked backlash*, USA Today Entertainment, [on-line:] <https://eu.usatoday.com/story/entertainment/tv/2021/03/30/tiktok-dances-why-addison-rae-jimmy-fallon-clip-sparked-backlash/7058920002> – 4.10.2023.
- How to Use Copyrighted Music on Instagram Legally*, Track Club, [on-line:] <https://www.trackclub.com/resources/how-to-use-copyrighted-music-on-instagram-legally> – 2.09.2023.
- In the Courts: Ed Sheeran succeeds in music copyright infringement case, but it's not over yet...*, „WIPO Magazine” September 2023, [on-line:] https://www.wipo.int/wipo_magazine/en/2023/03/article_0003.html – 12.11.2023.
- Kemp S., *Digital 2023: global overview Report*, [on-line:] <https://datareportal.com/reports/digital-2023-global-overview-report> – 12.09.2023.
- Konwencja Berneńska*, Wolters Kluwer, [on-line:] <https://sip.lex.pl/akty-prawne/dzuzdziennik-ustaw/konwencja-bernenska-o-ochronie-dziel-literackich-i-artystycznych-berno-16778198> – 12.09.2023.
- Korean Music Copyright Association*, [on-line:] <https://www.komca.or.kr/foreign2/eng2/K0201.jsp> – 12.09.2023.
- Music publishers sue Twitter for \$250m citing Elon Musk's copyright stance*, „The Guardian”, [on-line:] <https://www.theguardian.com/business/2023/jun/15/music-publishers-sue-twitter-copyright-elon-musk-tweets> – 12.11.2023.
- Paez J., *United States Court of appeals for the ninth circuit*, [on-line:] <https://cdn.ca9.uscourts.gov/datastore/opinions/2023/11/01/22-55890.pdf> – 6.05.2023.
- Performing Arts*, U.S. Copyright Office, [on-line:] <https://www.copyright.gov/registration/performing-arts/index.html> – 12.09.2023.
- Powszechna Deklaracja Praw Człowieka*, [on-line:] https://www.unesco.pl/fileadmin/user_upload/pdf/Powszechna_Deklaracja_Praw_Czlowieka.pdf – 12.09.2023.
- Prawa autorskie*, Centrum pomocy, [on-line:] https://help.instagram.com/126382350847838?helpref=faq_content – 12.11.2023.
- Prawa autorskie*, TikTok, [on-line:] <https://support.tiktok.com/pl/safety-hc/account-and-user-safety/copyright> – 12.09.2023.
- Prawa autorskie*, YouTube, [on-line:] <https://www.youtube.com/howyoutubeworks/policies/copyright> – 12.10.2023.

- Prawo w kulturze. Organizacje zbiorowego zarządzania*, [on-line:] <https://www.legalnakultura.pl/pl/prawo-w-kulturze/organizacje-zbiorowego-zarzadzania#gsc.tab=0> – 12.10.2023.
- Prawo własności intelektualnej*, red. J. Sieńczyło-Chlabicz, Warszawa 2018.
- Rekomendacje Prezesa UOKiK dotyczące oznaczania treści reklamowych przez influencerów w mediach społecznościowych*, [on-line:] file:///C:/Users/Jolanta/Downloads/Rekomendacje_Prezesa_UOKiK.pdf – 12.11.2023.
- Rozporządzenie Parlamentu Europejskiego i Rady (UE) 2017/1128 z dnia 14 czerwca 2017 r. w sprawie transgranicznego przenoszenia na rynku wewnętrznym usług online w zakresie treści, [on-line:] <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/PL/TXT/?qid=1557493780595&uri=CELEX:32017R1128> – 12.08.2023.
- Solim-Yoon, *Choreographer Anze Skrube confirms 'Street Man Fighter' Vata's move sequence in 'New Thing' is copying ATEEZ*, allkpop, [on-line:] <https://www.allkpop.com/article/2022/10/choreographer-anze-skrube-confirms-street-man-fighter-vatas-move-sequence-in-new-thing-is-copying-ateez> – 4.12.2023.
- Sony Music and Triller settle copyright dispute as tiktok rival prepares to go public*, „Music Business Worldwide”, [on-line:] <https://www.musicbusinessworldwide.com/sony-music-and-triller-settle-copyright-dispute-as-tiktok-rival-prepares-to-go-public> – 12.11.2023.
- Sony Music Sues Cosmetics Brand Ofra for using recordings by Mariah Carey, Britney Spears and other artists in social media ads without permission*, „Music Business Worldwide”, [on-line:] <https://www.musicbusinessworldwide.com/mariah-carey-all-i-want-for-christmas-is-you-sony-music-sues-cosmetics-brand-ofra-for-using-music-in-instagram-and-tiktok-posts-without-permission> – 12.12.2023.
- Supreme Court Of The United States*, [on-line:] https://www.supremecourt.gov/opinions/18pdf/17-571_e29f.pdf – 6.05.2023.
- The 6 Different Types of Music Licenses Explained*, Track Club, [on-line:] <https://www.trackclub.com/resources/types-of-music-licenses> – 6.05.2023.
- The Korea Music Copyright Association will withhold all royalty payments for FIFTY FIFTY's 'Cupid' until copyright disputes are settled*, [on-line:] <https://www.allkpop.com/article/2023/07/the-korea-music-copyright-association-will-withhold-all-royalty-payments-for-fifty-fiftys-cupid-until-copyright-disputes-are-settled> – 12.12.2023.
- The MLC*, [on-line:] <https://www.themlc.com/faqs/categories/mlc> – 12.09.2023.
- The MLC, Public Work Search*, [on-line:] <https://portal.themlc.com/search#publisher> – 12.09.2023.
- The Original Renegade*, „The New York Times”, [on-line:] <https://www.nytimes.com/2020/02/13/style/the-original-renegade.html> – 4.10.2023.
- The Sage Handbook of Social Media Research Methods*, Los Angeles, London 2017.
- The SAGE handbook of social media*, eds. J. Burgeaa, A. Marwick, T. Poell, Los Angeles 2019.
- Track Club*, [on-line:] <https://www.trackclub.com> – 12.09.2023.
- Twitter does a TikTok, gets sued by music labels over copyrighted songs*, „Firstpost”, [on-line:] <https://www.firstpost.com/world/twitter-gets-sued-by-music-labels-over-copyrighted-songs-12740052.html> – 12.09.2023.
- Ustawa o prawie autorskim i prawach pokrewnych z 1994 r. (Dz.U.2022.0.2509 (art. 1, ust. 2, pkt 8)), [on-line:] <https://sip.lex.pl/akty-prawne/dzu-dziennik-ustaw/prawo-autorskie-16782058> – 12.09.2023.

Ustawa o prawie autorskim i prawach pokrewnych. Komentarz, red. E. Ferenc-Szydełko, Warszawa 2021.

Ustawa z dnia 15 czerwca 2018 r. o zbiorowym zarządzaniu prawami autorskimi i prawami pokrewnymi (Dz.U. 2018 poz. 1293).

Ustawa z dnia 4 lutego 1994 r. o prawie autorskim i prawach pokrewnych (DZ. U. z 2022 r., poz. 2509, art. 67 (postanowienia umowy licencyjnej)), [on-line:] <https://lexlege.pl/ustawa-o-prawie-autorskim-i-prawach-pokrewnych/art-67> – 4.04.2023.

Vargas S., *What Copyright Protections Do Choreographers Have Over Their Work?*, „Dance Magazine”, [on-line:] <https://www.dancemagazine.com/choreography-copyright> – 4.10.2023.

Warunki korzystania z usług muzycznych, Tik Tok, [on-line:] <https://www.tiktok.com/legal/page/global/music-terms-eea/pl> – 12.09.2023.

What the UMG Ruling Means for Your TikTok Marketing Strategy, MikeWorldWide, [on-line:] <https://www.mww.com/resources/what-the-umg-ruling-means-for-your-tiktok-marketing-strategy> – 12.09.2023.

Własność intelektualna, przemysłowa i handlowa, Noty tematyczne o Unii Europejskiej. Parlament Europejski, [on-line:] <https://www.europarl.europa.eu/factsheets/pl/sheet/36/wlasnosc-intelektualna-przemyslowa-i-handlowa> – 12.09.2023.

Zasady dotyczące przechowywanych treści muzycznych, YouTube, [on-line:] https://support.google.com/youtube/answer/9744173?hl=pl&ref_topic=6154211&sjid=-4963004756648821758-EU – 12.08.2023.

Opracowania

Bielecki P., *Laban Movement Analysis – Labanowska Analiza Ruchu*, taniecPolska.pl, [on-line:] <https://taniecpolska.pl/krytyka/lab-an-movement-analysis-labanowska-analiza-ruchu> – 4.04.2023.

Buchnowska D., *Wykorzystanie mediów społecznościowych przez uczelnie wyższe i studentów w świetle badań własnych*. „Nauki o Zarządzaniu” 2013, nr 2.

Carr C.T., Hayes R.A., *Social Media: Defining, Developing, and Divining*, „Atlantic Journal of Communication” 2015, vol. 23(1).

Cyran M., *Utwór choreograficzny w prawie autorskim*, „Palestra” 2001, t. 45, nr 3–4, s. 63–79, [on-line:] <https://ruj.uj.edu.pl/xmlui/handle/item/250992?show=full> – 12.09.2023.

Dobkowska R., *Partytura gestu... O historii notacji tańca*, Meakultura, [on-line:] <https://meakultura.pl/artikul/partytura-gestu-o-historii-notacji-tanca-1305> – 4.05.2023.

Dobrzańska S., *Prawo w kulturze*, Legalna Kultura, [on-line:] <https://legalnakultura.pl/prawo-w-kulturze/prawo-w-praktyce/news/2877,jak-legalnie-uzyc-muzyki-do-filmu#gsc.tab=0> – 2.07.2023.

Felchner K., *Choreografia i pantomima w świetle prawa autorskiego*, Warszawa 2012.

Hopkins J., *How to Define Social Media – An Academic Summary*, [on-line:] <https://julian-hopkins.com/how-to-define-social-media-an-academic-summary> – 10.10.2023.

Kaplan A.M., Haenlein, *Users of the world, unite! The challenges and opportunities of social media*, „Business Horizons” 2010, t. 53(1 M.), s. 59–68.

Kozłowska A., *Oddziaływanie mass mediów*, Warszawa 2006.

- Krok E., *Media społecznościowe elementem zarządzania wiedzą w firmie*. „Zeszyty Naukowe Uniwersytetu Szczecińskiego Studia Informatica” 2011, nr 28.
- Machura P., *Media społeczne w procesie komunikacji marketingowej*, „Zarządzanie i Finanse” 2012, nr 1, cz. 1.
- Popiołek M., *Serwisy społecznościowe w przestrzeni internetowej – (social)mediatyżacja życia codziennego*, „Zeszyty Prasoznawcze” 2015, t. 58, nr 1, s. 60–71.
- Prawo a media społecznościowe*, red. R. Markiewicz, Kraków 2022.
- Sewerynyk A., *Prawo autorskie w muzyce*, Warszawa 2014.
- Skrzypczak J., *Czy należy prawnie regulować funkcjonowanie platform mediów społecznościowych?*, „Annales Universitatis Paedagogicae Cracoviensis. Studia de Cultura” 2022, t. 14(1), s. 76–95.
- Sujon Z., *The social media age*, Los Angeles 2021.
- The United States modernizes its music licensing system*, „WIPO Magazine” 2018, [on-line:] https://www.wipo.int/wipo_magazine/en/2018/06/article_0002.html – 12.09.2023.
- TikTok Lawsuits Target Brands, Influencers*, [on-line:] <https://www.jdsupra.com/legal-news/tiktok-lawsuits-target-brands-3202437> – 12.11.2023.
- Vademecum bezpieczeństwa informacyjnego*, t. 1 A-M, red. O. Wasiuta, R. Klepka, Kraków 2019.

Streszczenie

Artykuł przedstawia przepisy prawa międzynarodowego, unijnego i krajowego dotyczące własności intelektualnej w muzyce i choreografii. Zwrócono w nim uwagę na regulacje prawne mające zastosowanie na wybranych platformach mediów społecznościowych. Zaprezentowano przykłady wykorzystania muzyki, dźwięków i choreografii w mediach społecznościowych. Prawo własności intelektualnej stworzone dla klasycznych form tanecznych nie nadąża za szybkim rozwojem nowych form tanecznych w mediach społecznościowych. Zasady korzystania z muzyki, w tym na platformach społecznościowych, zostały zdefiniowane znacznie precyzyjniej: są nie tylko omówione w aktach prawnych, ale odpowiednie informacje są także przekazywane bezpośrednio przez administratorów.

Słowa kluczowe: muzyka, choreografia, prawo, media społecznościowe

Intellectual property law in music and choreography (on the example of selected social media)

Abstract

The article presents the legal provisions of international, EU and national law regarding intellectual property in music and choreography. It pays attention to the legal regulations applicable to selected social media platforms. Examples from music, sounds and choreography on social media are presented. It is noted that the intellectual property law created for classical dance forms is not up to date with the rapid development of new dance forms on social media. The rules for using music, including on social media platforms, have been defined much more precisely: they are not only discussed in legal acts, but also appropriate information is provided directly by the administrators.

Keywords: music, choreography, law, social media