Додайте музику — і подзвоніть адвокату!

Instagram та Facebook варто повчитися у фінансових брокерів — попереджати про фінансові ризики.

Кожен фінансовий брокер — чи то ліцензований у США, чи у Великій Британії, чи навіть на Каймановых Островах — зобов'язаний дотримуватися вимог своєї юрисдикції щодо інформування клієнтів **про фінансові ризики.**

Від брокерів із найсуворішим регулюванням до компаній, що працюють у менш вимогливих юрисдикціях, принцип залишається тим самим: клієнт повинен знати, що торгівля фінансовими інструментами може призвести до збитків.

Увага! Ви можете втратити гроші!

Це нормальна практика попередження людей про ризики. Як на мене, це, загалом, практика совісті.

Перед реєстрацією, у договорі або безпосередньо на сайті, на помітному для користувача місці, розміщується попередження:

«**Увага! Торгівля на фінансових ринках пов'язана з ризиком фінансових втрат».**

Людину попередили. Вона знає про можливі наслідки й може ухвалювати рішення усвідомлено.

Брокер попередив клієнта про можливі фінансові втрати. Ніхто не змушував людину відкривати торговий рахунок чи виходити на фінансовий ринок. Клієнт ознайомився з ризиками, погодився з умовами й ухвалив рішення самостійно.

Відтепер звичайні ринкові збитки, які виникають унаслідок його торгових рішень, — це його власний ризик. Звісно, попередження не звільняє брокера від відповідальності за порушення законодавства чи власних зобов'язань. Але головний принцип зрозумілий: **людину попередили про ризик до того, як вона прийняла своє торгове рішення.**

І так, не дуже приємно читати попередження про ризики, оформлене таким чином, щоб користувач його обов'язково помітив. **Але це чесно. Це законно. Це правильно.**

І саме цього, на мою думку, компанії Meta — власниці Facebook та Instagram — варто повчитися у фінансових брокерів.

І ось чому.

Реальні випадки фінансових претензій та судових позовів за використання музики в Instagram

1. Німеччина, 2026 рік. Автомобіль і 28 вподобань

Уявіть собі продавця вживаних автомобілів, який опублікував в Instagram звичайний рекламний ролик. Показав автомобіль, указав рік випуску, пробіг, комплектацію. На фоні звучала композиція *Tiki Tiki – Slowed* виконавця QMIIR.

Відео опублікували у квітні 2026 року. На момент фіксації воно набрало лише **28 вподобань і жодного коментаря**.

А 22 вересня продавець отримав адвокатську претензію на **6 866,90 євро**.

Із цієї суми 5 280 євро становила заявлена компенсація за використання музики, а решта — витрати на юридичні послуги та фіксацію порушення.

Важливе уточнення: це була досудова вимога правовласника, а не сума, присуджена судом. Обґрунтованість усіх заявлених витрат залишалася предметом юридичної оцінки.

Проте сам випадок показовий: навіть кілька десятків лайків не гарантують відсутності фінансових претензій.

2. Швеція, 2024 рік. П'ятнадцять секунд ABBA

А ось випадок, який уже завершився судовим рішенням.

Шведська інфлюенсерка Катрін Зітом'єрська використала 15 секунд композиції ABBA *The Winner Takes It All* в Instagram-рілзі, що рекламував **продукцію її компанії Clean Eating.**

Зверніть увагу на обставини: акаунт був особистим, композицію обрали безпосередньо з музичної бібліотеки Instagram, а відео залишалося доступним лише 15 днів.

Але суд установив, що використання музики мало комерційну мету й не було дозволене відповідною ліцензією.

20 червня 2024 року шведський суд зобов'язав компанію, **продукцію якої інфлюенсерка рекламувала у своєму особистому Instagram-акаунті, виплатити правовласникам композиції ABBA загалом 200 000 шведських крон компенсації, а також відшкодувати судові витрати.**

Додатково компанія інфлюенсерки мала відшкодувати судові витрати правовласників — 474 000 крон.

Разом — 674 000 шведських крон, або приблизно 64 200 доларів США за курсом на 20 червня 2024 року.

Ідеться про цивільну компенсацію та судові витрати, а не про кримінальний штраф.

Отже, навіть використання невеликого фрагмента композиції **з бібліотеки самої платформи** не гарантує захисту, якщо музика супроводжує комерційну рекламу.

3. Німеччина, 2026 рік. Мотиваційний рілз за 6 386,90 євро

У вересні 2026 року німецька юридична фірма повідомила про претензію до індивідуальної підприємиці через один Instagram-рілз.

Жінка опублікувала відео з особистим мотиваційним текстом, використавши як музичний супровід композицію *I'm Not What Happened To Me* гурту Good Vibes Tribe.

Музику вона обрала безпосередньо з бібліотеки Instagram.

Відео було опубліковане у грудні 2025 року. А через дев'ять місяців надійшла адвокатська

претензія на 6 386,90 євро.

Проблема полягала в тому, що рілз був розміщений у бізнес-профілі. Правовласник розцінив використання композиції як комерційне й заявив вимогу про компенсацію та відшкодування супутніх витрат.

Важливо: це досудова вимога, а не сума, присуджена судом. **Чи було порушення остаточно доведене, з доступного опису невідомо.**

І виникає важливе питання: **чи усвідомлювала користувачка, що музика, яку Instagram сам пропонує для рілзів, може вимагати окремої ліцензії через характер її профілю?**

У всіх трьох випадках користувачі зіткнулися з фінансовими претензіями через використання музики, **доступ до якої надають соціальні мережі.**

Виникає головне питання: **чи були ці люди завчасно й зрозуміло попереджені, що використання музики з бібліотеки платформи має обмеження, а їх порушення може призвести до судових позовів і вимог грошової компенсації?**

Адже справа не просто в тому, що музика захищена авторським правом. Справа в тому, що **доступність композиції в Instagram чи Facebook ще не означає дозволу використовувати її для будь-якої мети.**

Розберемося, у чому тут справа.

Коли ми реєструємося в Instagram, Threads чи Facebook, нам і на думку не спадає, що через використання музики, **яку пропонує бібліотека самої соціальної мережі,** до нас можуть подати судовий позов із вимогою компенсації на тисячі доларів.

Адже перед нами зручна кнопка «Додати музику». Обирай, публікуй, насолоджуйся!

Але де помітне попередження, наприклад, таке:

УВАГА! ВИКОРИСТАННЯ МУЗИКИ МОЖЕ ПРИЗВЕСТИ ДО ФІНАНСОВИХ ВТРАТ!

УВАГА! ЗА ПОРУШЕННЯ АВТОРСЬКИХ ПРАВ ДО ВАС МОЖУТЬ ПОДАТИ СУДОВИЙ ПОЗОВ!

УВАГА! НАЯВНІСТЬ КОМПОЗИЦІЇ В МУЗИЧНІЙ БІБЛІОТЕЦІ НЕ ОЗНАЧАЄ ДОЗВОЛУ НА ЇЇ КОМЕРЦІЙНЕ ВИКОРИСТАННЯ!

Ось так, як фінансові брокери попереджають про ризик втратити гроші.

Натомість користувачеві доводиться самостійно з'ясовувати, що саме йому дозволено, які обмеження має музична ліцензія та за яких обставин він може отримати фінансову претензію.

Ба більше, користувачів під час реєстрації не попереджають у настільки ж очевидний спосіб, як клієнтів фінансових брокерів, що використання музичної бібліотеки може супроводжуватися фінансовими ризиками. **І ризиками чималими — як показують наведені судові справи та претензії,** йдеться іноді про тисячі й навіть десятки тисяч доларів.

Людина може навіть не знати, що бере на себе такий ризик. А отже, не має можливості

свідомо вирішити, чи готова вона його прийняти.

Нерідко користувачі дізнаються про ці ризики вже заднім числом — **коли отримують попередження про можливе порушення авторських прав або адвокатську вимогу виплатити грошову компенсацію.**

Або випадково натрапляють на розповідь іншої людини, яка вже зіткнулася з такою проблемою.

Користувачі Instagram та Facebook **самі створюють рілзи й дописи**, у яких попереджають інших про можливі фінансові наслідки використання музики.

Тобто користувачі фактично інформують одне одного про ризики, про які їх мала б завчасно й зрозуміло попереджати сама платформа.

І добре, якщо це буде просто попередження

У деяких випадках соціальні мережі повідомляють користувачів про можливе порушення авторських прав, блокують музику або видаляють публікацію.

І це ще відносно сприятливий розвиток подій. Людина дізналася про проблему й отримала можливість припинити використання композиції.

Але існує й інший сценарій — **адвокатське попередження від правовласника**. Такі листи, зокрема, надсилають у Німеччині.

Вони можуть містити вимогу припинити порушення, підписати зобов'язання не повторювати його, відшкодувати юридичні витрати або виплатити грошову компенсацію.

Тобто попередження може виявитися не просто повідомленням про проблему, а документом із фінансовими вимогами.

І ось тут виникає принципове питання: **чому користувач має вперше дізнаватися про серйозність ризику з листа адвоката, а не з попередження самої платформи перед використанням музики?**

А як Meta попереджає користувачів?

Справедливості заради, правила використання музики в Instagram та Facebook існують. Компанія Meta їх опублікувала.

Але спробуймо знайти ці правила очима звичайного користувача.

Людина реєструється в соціальній мережі. Публікує фотографії, відео, дописи. Одного дня вирішує додати музику. Натискає відповідну кнопку, відкриває музичну бібліотеку й обирає улюблену композицію.

Усе просто, зручно та зрозуміло.

А тепер спробуйте знайти інформацію про те, що ця музика призначена переважно для особистого некомерційного використання, а порушення умов ліцензії може призвести до фінансових претензій.

Для цього потрібно вже знати, що такі обмеження існують, і цілеспрямовано шукати відповідні сторінки довідкового центру Meta. (Тут Meta пояснює, що **навіть відсутність наміру заробляти** не завжди виключає порушення авторських прав).

Щоб знайти попередження про ризик, користувач спочатку має здогадатися про існування самого ризику!

Зрозуміло, що інформацію можна знайти. Але чи можна назвати це належним попередженням, якщо людині доводиться самостійно проводити пошуки, аби дізнатися про можливі фінансові наслідки звичайної кнопки «Додати музику»?

Порівняймо це з фінансовими брокерами.

Там повідомлення про ризики є частиною взаємодії з клієнтом. А не загадкою, відповідь на яку потрібно розшукувати в довідкових матеріалах.

Адже попередження має не просто існувати. Воно має бути помітним до того, як людина ухвалить рішення.

Хто знає про GEMA?

А ви знаєте, що таке **GEMA**? Цікаво, скільки читачів цієї статті знають, що таке GEMA? Я, наприклад, дізналася про існування цієї організації лише тоді, коли проводила це дослідження.

Це німецьке товариство колективного управління авторськими правами на музичні твори.

На своєму офіційному сайті GEMA пояснює правила використання музики в Instagram та Facebook і попереджає, **що навіть власники особистих акаунтів можуть отримати юридичні претензії, якщо використовують музику з комерційною метою без належного дозволу.**

Чудово, що таке роз'яснення існує.

Але **скільки звичайних користувачів Instagram узагалі знають про існування GEMA?**

І чому, щоб дізнатися про можливі фінансові ризики музичної бібліотеки соціальної мережі, нам треба розумітися на всій музичній індустрії і юридичному захисті авторських прав?

Адже музичну бібліотеку нам пропонує Meta, а не GEMA.

А як попереджає GEMA?

На офіційному сайті GEMA є спеціальне роз'яснення щодо використання музики з бібліотеки Instagram.

Спочатку все виглядає досить просто: приватні користувачі можуть використовувати музику для особистих некомерційних публікацій.

А потім починаються застереження.

Виявляється, **навіть особистий акаунт може використовуватися з комерційною метою.** І навіть звичайне відео з вечірки в саду за певних обставин може бути розцінене як комерційне, якщо власник акаунта займається діяльністю інфлюенсера.

GEMA прямо попереджає, що власники особистих акаунтів іноді отримують адвокатські претензії від правовласників.

GEMA радить користувачам самостійно оцінювати, чи не можна вважати їхню діяльність комерційною.

Тобто спочатку нам кажуть, що музикою можна користуватися, а потім пояснюють, скільки обставин необхідно врахувати, щоб не порушити умови її використання.

І якщо користувач та правовласник по-різному оцінять ці обставини?

Тобто зустрінемося в суді?

І вже суд вирішуватиме, чи було використання музики комерційним і чи порушувало воно права власника композиції.

Звісно, не кожна претензія доходить до суду. Але сама перспектива судового спору через музику, яку користувач обрав із бібліотеки соціальної мережі, **має бути пояснена йому ще під час реєстрації**.

А потім — ще раз, **безпосередньо перед натисканням кнопки «Додати музику».**

Наприклад, так:

• УВАГА! ВИ ВПЕВНЕНІ, ЩО РОЗУМІЄТЕ УМОВИ МУЗИЧНОЇ ЛІЦЕНЗІЇ?

• КОМЕРЦІЙНЕ ВИКОРИСТАННЯ ЦІЄЇ КОМПОЗИЦІЇ МОЖЕ ВИМАГАТИ ОКРЕМОГО ДОЗВОЛУ ПРАВОВЛАСНИКА.

• ПОРУШЕННЯ УМОВ ЛІЦЕНЗІЇ МОЖЕ ПРИЗВЕСТИ ДО ФІНАНСОВИХ ПРЕТЕНЗІЙ І СУДОВИХ ПОЗОВІВ.

І дві кнопки:

«Ознайомитися з умовами ліцензії»

«Розумію ризики. Продовжити».

Але такого чіткого попередження користувач не бачить. **І, на мою думку, це величезна прогалина в захисті прав користувачів соціальних мереж.**

А як же веселощі?

Коли людина реєструється у фінансового брокера, щоб почати торгівлю на фінансових ринках, попередження про ризики аж ніяк не додає веселощів.

Навпаки, воно захищає від них.

Від необачних угод, імпульсивних рішень, від захоплення процесом настільки, що людина може забути, де вона перебуває і з чим має справу.

Попередження повертає її до реальності: перед вами фінансовий ринок. Тут можна не лише заробити, а й втратити гроші.

Коли ж ми реєструємося в соціальних мережах, усе інакше.

Сама ідея Instagram та Facebook — це легке, невимушене, приємне або корисне проведення часу. Ми спілкуємося, дивимося фотографії, читаємо дописи, ділимося творчістю, слухаємо музику.

Тут усе влаштовано так, щоб користуватися платформою було просто й приємно.

Тому, якщо при реєстрації і використанні музики соціальна мережа вмонтує попередження:

УВАГА! ВИКОРИСТАННЯ МУЗИКИ МОЖЕ ПРИЗВЕСТИ ДО ФІНАНСОВИХ ПРЕТЕНЗІЙ І СУДОВИХ ПОЗОВІВ!

Ну які вже тут веселощі?

Захист користувача

На мою думку, саме такі попередження мають з'являтися вже **під час реєстрації** в Instagram, Facebook та Threads — з прямими посиланнями на сторінки, де чітко й зрозуміло викладені правила використання музики, обмеження музичних ліцензій та можливі фінансові наслідки їх порушення.

А потім — повторно, **безпосередньо під час додавання музики до публікації**. Знову з посиланнями на умови використання конкретної композиції та відповідні роз'яснення щодо авторського права.

Користувач не може і не повинен самостійно розшукувати інформацію про ризики, про існування яких він навіть не підозрює.

Адже йдеться не про те, щоб заборонити людям користуватися музикою чи позбавити соціальні мережі їхньої легкості та привабливості.

Йдеться про право людини знати, які юридичні та фінансові наслідки можуть мати її дії.

І про обов'язок попереджати про ризик до того, як людина вирішить його прийняти.

Будьте обережні!

Зверніть увагу на ще одну обставину, описану німецькими юристами у справі вже відомого нам мотиваційного рілза, через який підприємиці висунули фінансову претензію на 6 386,90 євро.

На запитання «***Як Hild & Kollegen (німецька адвокатська фірма) знайшли мій акаунт?***» адвокат Маттіас Гехлер відповідає:

> *«Не випадково».*

І далі пояснює:

> *«Компанія Stington & Partner Legal GmbH систематично здійснює пошук в Instagram, TikTok та Facebook випадків використання певних музичних композицій і документує кожну знахідку: публікацію, дату розміщення, назву профілю та URL-адресу».*

Переклад з німецької. Джерело: адвокатська фірма Matthias Hechler.

Хто стоїть за цими претензіями?

Stington & Partner Legal GmbH — швейцарська компанія, яка працює, зокрема, під торговельною маркою fairSync International. Вона займається музичним ліцензуванням і може діяти від імені правовласників композицій.

За повідомленнями німецьких юристів, компанія здійснює пошук публікацій із певними музичними творами в соціальних мережах, документує їх і пропонує користувачам придбати ліцензію, яка покриватиме також попереднє використання музики.

Hild & Kollegen — інша компанія. Це вже німецька адвокатська фірма, яка представляє інтереси правовласників.

У описаних юристами випадках схема виглядає так: спочатку користувач отримує пропозицію придбати музичну ліцензію від fairSync. Якщо питання не врегульовано, згодом може надійти офіційна адвокатська претензія від Hild & Kollegen — уже з вимогами компенсації, відшкодування юридичних витрат та припинення використання музики.

Тобто йдеться не про випадкове виявлення чужого рілза, а про організовану систему пошуку публікацій, музичного ліцензування та висунення юридичних вимог.

І саме тому я вважаю, що користувачі мають знати про такі ризики ще до публікації своїх відео.

Використання музики в соціальних мережах відстежується цілеспрямовано й систематично.

І для цього зовсім не обов'язково мати мільйони переглядів.

Згадайте нашого продавця вживаних автомобілів: 28 вподобань, жодного коментаря — і претензія на 6 866,90 євро.

І оскільки Meta не надає користувачам таких чітких і помітних попереджень про серйозні ризики ні під час реєстрації, ні безпосередньо при додаванні музики, я приєднуюся до тих звичайних користувачів Instagram та Facebook, які самі попереджають про них інших.

Адже наслідки можуть бути різними: як мінімум — сильний переляк, стрес і психологічні переживання від несподіваної юридичної претензії. А як максимум — ще й болісний удар по гаманцю.

Бо навіть якщо юридична претензія виявиться необґрунтованою, психологічну шкоду від самого її отримання це автоматично не скасовує.

Тому я теж вирішила розповісти про ці ризики. Щоб люди знали про них до того, як натиснуть кнопку «Додати музику».