

DOI 10.31483/r-168158

Гомольский Артём Алексеевич

Митячкина Екатерина Сергеевна

**ИСКУССТВЕННЫЙ ИНТЕЛЛЕКТ В КОММЕРЧЕСКОМ КОНТЕНТЕ:
АВТОРСКО-ПРАВОВЫЕ РИСКИ И ПРОБЛЕМЫ ЗАЩИТЫ
ИНТЕРЕСОВ БИЗНЕСА**

***Аннотация:** в главе рассматриваются правовые проблемы использования контента, созданного с применением систем искусственного интеллекта, в коммерческой деятельности. Основное внимание уделяется вопросам авторства, принадлежности исключительных прав, допустимости коммерческого использования AI-изображений, текстов, дизайна и программного кода, а также рискам нарушения прав третьих лиц. Отдельно анализируются ситуации, когда искусственный интеллект выступает техническим инструментом человека, и случаи, когда результат создаётся преимущественно автоматически. Авторы приходят к выводу, что ключевая проблема AI-контента заключается не только в неопределённости правового режима, но и в сложности доказывания творческого вклада человека. Для бизнеса предлагается практическая модель снижения рисков: проверка условий AI-сервисов, фиксация участия человека, договорное регулирование использования нейросетей, защита коммерческой тайны и предварительная правовая экспертиза контента до его публикации.*

***Ключевые слова:** искусственный интеллект, интеллектуальная собственность, авторское право, AI-контент, бизнес, коммерческое использование, исключительные права, промпт, нейросети, правовые риски.*

***Abstract:** the chapter examines the legal aspects of using content generated with the assistance of artificial intelligence technologies in commercial activities. Particular attention is paid to issues of authorship and ownership of exclusive rights to intellectual property objects created with the participation of AI systems, as well as to the legal challenges of commercial exploitation of AI-generated content. The study analyzes risks associated with copyright infringement, trademark violations, protection of*

confidential information, and trade secret regimes. Special emphasis is placed on the role of human creative contribution as the key criterion for copyright protection of AI-assisted works. The paper also explores contractual mechanisms for risk allocation among business participants and addresses the use of artificial intelligence tools by employees and contractors. The authors conclude that effective and legally secure use of AI-generated content requires not only compliance with intellectual property legislation but also the implementation of internal corporate policies aimed at risk management and protection of business interests.

Keywords: *artificial intelligence, digital technologies, intellectual property, neural networks, copyright, exclusive rights, trademark, legal risks, AI-generated content, trade secret.*

Введение.

Искусственный интеллект за последние годы стал обычным инструментом коммерческой деятельности. Компании используют нейросети для подготовки рекламных текстов, изображений, презентаций, описаний товаров, программного кода, элементов дизайна, сценариев видеороликов и материалов для социальных сетей. То, что раньше требовало работы копирайтера, дизайнера, иллюстратора или программиста, теперь частично выполняется с помощью цифровой системы, реагирующей на текстовый запрос пользователя.

На первый взгляд, такое использование выглядит удобным и безопасным. Предприниматель вводит запрос, получает результат и использует его в рекламе, на сайте или в карточке товара. Однако с юридической точки зрения ситуация сложнее. Возникает несколько вопросов: кто является автором такого результата, можно ли передать права на AI-контент, вправе ли компания использовать сгенерированное изображение в коммерческой рекламе, что делать, если результат похож на чужое произведение или товарный знак, и несёт ли бизнес ответственность за материал, который фактически был создан нейросетью.

Эти вопросы имеют не теоретическое, а практическое значение. Например, интернет-магазин может сгенерировать изображение товара для рекламы, но

позже выяснится, что оно воспроизводит узнаваемые элементы чужой фотографии. Дизайнер может создать с помощью AI логотип, который окажется сходным с зарегистрированным товарным знаком. Сотрудник может загрузить в публичный AI-сервис договор с контрагентом, содержащий коммерческую тайну. В каждом из этих случаев проблема будет касаться не только технологий, но и права.

Особенность темы состоит в том, что действующее законодательство об интеллектуальной собственности формировалось исходя из традиционного представления о творчестве как деятельности человека. Искусственный интеллект не является субъектом права, не обладает волей и не может самостоятельно иметь права и обязанности. Поэтому при использовании AI-контента бизнес сталкивается с правовой неопределённостью: результат существует, коммерческая ценность у него есть, но его правовая охрана не всегда очевидна.

Цель настоящей статьи – проанализировать основные авторско-правовые риски использования AI-контента в бизнесе и определить меры, позволяющие снизить вероятность нарушения прав третьих лиц.

Для достижения этой цели необходимо рассмотреть:

- правовую природу AI-контента;
- проблему авторства и творческого вклада человека;
- риски коммерческого использования сгенерированных материалов;
- договорные и организационные способы защиты бизнеса;
- перспективы правового регулирования результатов, созданных с помощью

искусственного интеллекта.

1. AI-контент как новая проблема для авторского права.

Авторское право традиционно охраняет произведения науки, литературы и искусства. В российском праве перечень таких объектов закреплён в статье 1259 Гражданского кодекса Российской Федерации. К ним относятся литературные произведения, программы для ЭВМ, произведения живописи, графики, дизайна, фотографии, аудиовизуальные произведения и другие результаты творческой деятельности.

Ключевое значение имеет то, что произведение должно быть создано творческим трудом автора. Согласно статье 1257 ГК РФ, автором произведения признаётся гражданин, творческим трудом которого оно создано. Аналогичный подход прослеживается и в статье 1228 ГК РФ, где подчёркивается значение творческого вклада физического лица.

Из этого следует важный вывод: искусственный интеллект сам по себе не может быть автором произведения. Он не является гражданином, не обладает правосубъектностью, не имеет личных неимущественных прав и не может самостоятельно распоряжаться исключительными правами. Поэтому формулировка вроде «автором изображения является нейросеть» с юридической точки зрения некорректна.

Но признание того, что ИИ не может быть автором, не решает всех вопросов. На практике возможны разные ситуации.

Первая ситуация – человек использует искусственный интеллект как вспомогательный инструмент. Например, дизайнер создаёт общий замысел, подбирает композицию, формулирует сложный запрос, отбирает варианты, существенно редактирует изображение, дорисовывает детали и доводит работу до итогового вида. В таком случае можно говорить о наличии творческого вклада человека. Нейросеть здесь похожа на инструмент, как графический редактор или фотоаппарат, хотя и более сложный.

Вторая ситуация – пользователь вводит короткий запрос, например: «сделай рекламный баннер для магазина обуви», после чего полностью использует полученный результат без изменений. В таком случае доказать творческий вклад человека значительно сложнее. Если результат создан почти полностью автоматически, возникает вопрос: охраняется ли он авторским правом вообще?

Третья ситуация – пользователь просит нейросеть создать материал на основе чужого произведения: «сделай картинку в стиле известного художника», «напиши текст как у конкретного автора», «создай логотип, похожий на бренд конкурента». Здесь главная проблема уже не в принадлежности прав пользователю, а в возможном нарушении прав третьих лиц.

Именно это делает AI-контент сложным объектом для правовой оценки. Юристу недостаточно знать, что материал создан нейросетью. Нужно выяснить, каким был вклад человека, какие данные использовались, как сформулирован запрос, насколько изменён результат и для каких целей он применяется.

2. Авторство и творческий вклад человека.

Главный вопрос для бизнеса звучит просто: можно ли считать компанию правообладателем контента, созданного с помощью ИИ? Ответ зависит от обстоятельств.

Если сотрудник компании создал материал в рамках трудовых обязанностей, а искусственный интеллект использовался только как инструмент, такой результат потенциально может рассматриваться как служебное произведение. В этом случае применяются правила статьи 1295 ГК РФ. Однако компании необходимо доказать, что произведение действительно создано работником, а не полностью сгенерировано системой без творческого участия человека.

На практике это означает, что бизнесу желательно фиксировать процесс создания материала. Например, сохранять:

- исходные промпты;
- черновики;
- варианты генерации;
- этапы отбора;
- правки сотрудника;
- файлы редактирования;
- техническое задание;
- переписку между заказчиком и исполнителем.

Такая фиксация нужна не для формальности. Она помогает показать, что человек не просто нажал кнопку, а осуществил творческий выбор. Авторское право охраняет не идею и не техническую команду, а оригинальную форму выражения. Если человек выбирал композицию, стилистику, структуру, смысловые акценты и вносил существенные изменения, его вклад становится юридически значимым.

Однако не каждый промпт можно считать творческим вкладом. Простая команда вроде «напиши рекламный текст для кафе» вряд ли сама по себе образует произведение. Другое дело – сложный промпт, содержащий оригинальную структуру, последовательность аргументов, стилистические требования, авторскую концепцию и конкретные элементы будущего результата. Но даже в таком случае правовая охрана промпта не очевидна: он может быть обычной инструкцией, методикой работы или внутренним ноу-хау компании.

На мой взгляд, наиболее практичный подход состоит в следующем: сам по себе факт использования ИИ не должен исключать авторско-правовую охрану, если итоговый результат содержит достаточный творческий вклад человека. Но если человек ограничился минимальным техническим запросом, а результатом полностью создан алгоритмом, признавать за таким результатом полноценную авторско-правовую охрану затруднительно.

Такой подход позволяет сохранить баланс. С одной стороны, он не обесценивает труд дизайнеров, копирайтеров и разработчиков, которые используют AI как инструмент. С другой стороны, он не создаёт фиктивного авторства там, где человеческого творчества фактически не было.

3. Коммерческое использование AI-контента: где возникают риски.

Для личного использования риски обычно ниже. Если человек сгенерировал изображение для себя и нигде его не публикует, вероятность правового спора невелика. Но ситуация меняется, когда компания использует AI-контент в коммерческом обороте.

Коммерческое использование может выражаться в размещении материала:

- на сайте компании;
- в рекламе;
- в социальных сетях;
- на упаковке товара;
- в карточке товара на маркетплейсе;
- в мобильном приложении;
- в презентации для инвесторов;

- в обучающем курсе;
- в программном продукте;
- в фирменном стиле компании.

Чем шире распространение материала, тем выше риск претензий. Если AI-изображение используется в наружной рекламе или на упаковке товара, оно становится частью коммерческого продукта. В этом случае правообладатель чужого произведения, товарного знака или фотографии может предъявить претензию не нейросети, а компании, которая использовала спорный результат.

Здесь важно подчеркнуть: бизнес не освобождается от ответственности только потому, что материал был создан искусственным интеллектом. С точки зрения потерпевшего правообладателя имеет значение не то, кто именно создал изображение или текст, а кто использует его в коммерческих целях.

Например, если компания разместила на сайте AI-изображение, сходное с чужой фотографией, она может столкнуться с требованием удалить материал и выплатить компенсацию. Если сгенерированный логотип похож на зарегистрированный товарный знак, возможен спор по правилам статей 1484 и 1515 ГК РФ. Если нейросеть сгенерировала текст, воспроизводящий существенные фрагменты чужой статьи, может возникнуть вопрос о нарушении авторских прав и применении статьи 1301 ГК РФ.

Поэтому AI-контент нельзя воспринимать как «ничейный» и автоматически безопасный. Напротив, в коммерческой среде он требует такой же проверки, как и работа подрядчика.

4. Риск нарушения авторских прав третьих лиц.

Самый очевидный риск связан с тем, что сгенерированный результат может быть похож на уже существующее произведение. Это особенно актуально для изображений, текстов, музыки, программного кода и дизайна.

Проблема возникает по двум причинам. Во-первых, генеративные модели обучаются на больших массивах данных, в которых могут присутствовать охраняемые произведения. Пользователь обычно не знает, какие именно материалы использовались при обучении модели. Во-вторых, сам пользователь может

сформулировать запрос таким образом, что результат будет имитировать чужой стиль или воспроизводить узнаваемые элементы.

Например, риск повышается, если в запросе используются формулировки:

- «в стиле конкретного художника»;
- «как у известного бренда»;
- «похожий на персонажа из фильма»;
- «сделай упаковку как у конкурента»;
- «перепиши этот текст другими словами»;
- «создай код на основе этого репозитория».

Такие запросы могут привести к созданию производного результата, который будет восприниматься как переработка чужого произведения. В российском праве переработка произведения также относится к способам использования произведения и требует согласия правообладателя, если не применяется специальное исключение.

Особенно осторожным бизнес должен быть с персонажами, фирменными образами, иллюстрациями, фотографиями и музыкальными фрагментами. Эти объекты часто имеют высокую узнаваемость, и даже частичное заимствование может стать основанием для спора.

Отдельно следует сказать о программном коде. Если разработчик использует AI-инструмент для генерации кода, необходимо проверять, не воспроизводит ли результат фрагменты кода с ограничительными лицензиями. В коммерческом программном продукте такой риск может привести не только к претензиям правообладателя, но и к проблемам при продаже бизнеса, привлечении инвестиций или прохождении юридической проверки продукта.

5. AI-логотипы и риск нарушения прав на товарный знак.

В коммерческой деятельности AI часто используют для создания названий, логотипов, слоганов и визуального стиля. Именно здесь возникает пересечение авторского права и права на средства индивидуализации.

Логотип может рассматриваться как произведение дизайна, если он обладает признаками творческого результата. Но одновременно он может выполнять

функцию товарного знака, если используется для индивидуализации товаров или услуг. Поэтому перед коммерческим использованием AI-логотипа нужно проверить не только его художественную оригинальность, но и отсутствие сходства с ранее зарегистрированными товарными знаками.

Статья 1484 ГК РФ запрещает без согласия правообладателя использовать обозначение, сходное с чужим товарным знаком до степени смешения, в отношении однородных товаров или услуг. Это означает, что компания может нарушить право на товарный знак даже без намеренного копирования. Достаточно того, что итоговое обозначение создаёт вероятность смешения у потребителя.

Практическая проблема в том, что нейросеть может сгенерировать визуально привлекательный логотип, который уже напоминает существующий бренд: похожая форма, цветовая гамма, шрифт, композиция или словесный элемент. Пользователь может этого не заметить, особенно если не проводит правовую проверку.

Поэтому для бизнеса правильный алгоритм должен быть таким:

- 1) сначала создаётся несколько вариантов обозначения;
- 2) затем проводится поиск по базам товарных знаков;
- 3) анализируются сходные обозначения в нужных классах МКТУ;
- 4) проверяется фактическое использование похожих брендов на рынке;
- 5) только после этого принимается решение о регистрации и запуске бренда.

Если этот этап пропустить, компания может вложить деньги в рекламу, упаковку, сайт и продвижение, а затем получить претензию от правообладателя. В таком случае убытки могут быть значительно выше, чем стоимость предварительной проверки.

6. Промпт: объект авторского права, коммерческая тайна или обычная инструкция?

Отдельный интерес представляет правовая природа промпта. Промпт – это запрос, с помощью которого пользователь управляет результатом работы нейросети. В простом виде он может состоять из одной фразы. В сложном –

включать описание роли модели, структуру ответа, стиль, ограничения, примеры, последовательность действий и критерии качества результата.

Для бизнеса промпты могут иметь реальную экономическую ценность. Например, компания может разработать набор запросов, которые помогают создавать эффективные рекламные тексты, анализировать договоры, готовить коммерческие предложения или обрабатывать клиентские обращения. Такие промпты становятся частью внутренней технологии работы.

Можно ли охранять промпт авторским правом? Ответ зависит от его содержания. Если промпт представляет собой короткую техническую команду, оснований для авторско-правовой охраны почти нет. Если же он имеет сложную оригинальную структуру и выражает творческий подход автора, теоретически он может рассматриваться как текстовое произведение. Но на практике доказывать это будет непросто.

Более надёжным способом защиты промптов является режим коммерческой тайны или ноу-хау. Статья 1465 ГК РФ определяет секрет производства как сведения любого характера, имеющие действительную или потенциальную коммерческую ценность вследствие неизвестности третьим лицам, если у третьих лиц нет свободного доступа к ним и обладатель принимает разумные меры для сохранения их конфиденциальности.

Следовательно, если компания хочет защитить свои промпты, ей недостаточно просто хранить их в общем чате. Нужно:

- ограничить доступ к ним;
- включить их в перечень конфиденциальной информации;
- закрепить обязанности сотрудников по неразглашению;
- использовать внутренние хранилища;
- определить порядок передачи промптов подрядчикам;
- фиксировать, кто и когда получил доступ.

Иными словами, для бизнеса промпт чаще следует защищать не как произведение, а как элемент внутренней технологии. Такой подход выглядит более реалистичным и доказуемым.

7. Конфиденциальность, коммерческая тайна и персональные данные.

Использование AI-сервисов связано не только с интеллектуальной собственностью. Не менее серьёзный риск – передача конфиденциальной информации в публичные нейросети.

На практике сотрудники часто загружают в AI-сервисы:

- договоры;
- коммерческие предложения;
- финансовые отчёты;
- клиентские базы;
- персональные данные;
- внутренние инструкции;
- исходный код;
- маркетинговые стратегии;
- материалы переговоров;
- судебные документы.

Такие действия могут нарушать режим коммерческой тайны, договорные обязательства о конфиденциальности и законодательство о персональных данных. Если компания не контролирует, куда передаются сведения, она рискует потерять правовую защиту информации.

Федеральный закон «О коммерческой тайне» требует, чтобы обладатель информации принимал меры по охране её конфиденциальности. Если работники свободно загружают секретные документы во внешние AI-сервисы без согласования, сложно утверждать, что компания действительно обеспечила режим коммерческой тайны.

Аналогичная проблема возникает с персональными данными. Федеральный закон «О персональных данных» требует наличия правового основания для обработки данных, соблюдения целей обработки и принятия мер по защите информации. Передача персональных данных в AI-сервис может рассматриваться как обработка, а иногда и как передача третьему лицу. Если компания не проверила

условия сервиса и не получила необходимые согласия, возникают юридические риски.

Поэтому в организации должна существовать внутренняя политика использования искусственного интеллекта. Она должна прямо отвечать на вопросы:

- какие AI-сервисы разрешены;
- какие данные запрещено загружать;
- кто отвечает за проверку результата;
- можно ли использовать AI при работе с договорами;
- допускается ли обработка персональных данных;
- как фиксируется создание AI-контента;
- какие материалы требуют юридического согласования.

Без таких правил использование нейросетей превращается в неуправляемый процесс, где каждый сотрудник действует по собственному усмотрению.

8. Договорные риски при работе с подрядчиками.

Многие компании заказывают тексты, дизайн, сайты, логотипы, презентации и программный код у подрядчиков. Сейчас всё чаще подрядчики используют нейросети, не сообщая об этом заказчику. С юридической точки зрения это создаёт несколько проблем.

Первая проблема – принадлежность прав. Если договор содержит общую фразу о передаче исключительных прав, но результат создан с помощью ИИ и не обладает признаками охраняемого произведения, передавать может быть нечего. Заказчик считает, что получил исключительное право, но в спорной ситуации выясняется, что правовой режим результата неопределён.

Вторая проблема – риск нарушения прав третьих лиц. Подрядчик может сгенерировать изображение, текст или код, похожие на чужие материалы. Претензию при этом может получить не подрядчик, а компания-заказчик, которая использует результат публично.

Третья проблема – конфиденциальность. Подрядчик может загрузить в AI-сервис материалы заказчика: техническое задание, макеты, исходные данные,

фотографии, договоры или внутреннюю информацию. Если договор прямо не запрещает такие действия, доказать нарушение бывает сложнее.

Поэтому в договорах с подрядчиками желательно прямо указывать:

- допускается ли использование AI-инструментов;
- обязан ли подрядчик уведомлять заказчика об их использовании;
- какие сервисы можно применять;
- запрещено ли загружать конфиденциальные материалы в публичные нейросети;
- гарантирует ли подрядчик отсутствие нарушений прав третьих лиц;
- кто несёт ответственность при предъявлении претензий;
- обязан ли подрядчик предоставить сведения о процессе создания результата;
- передаются ли заказчику все права на элементы, созданные человеком.

Такие условия не устраняют все риски, но позволяют заранее распределить ответственность и избежать ситуации, когда заказчик узнаёт об использовании AI только после получения претензии от правообладателя.

9. Международный контекст: почему бизнесу важно следить за зарубежной практикой.

Хотя статья ориентирована прежде всего на российское право, полностью игнорировать зарубежную практику нельзя. Многие AI-сервисы создаются иностранными компаниями, работают по иностранным пользовательским соглашениям и используются в трансграничной коммерции. Кроме того, именно за рубежом уже формируются первые подходы к вопросу авторства AI-контента.

Показательным является подход Бюро авторского права США. В ряде решений подчёркивалось, что авторско-правовая охрана предоставляется результатам человеческого творчества, а материалы, созданные машиной без достаточного участия человека, не подлежат регистрации как произведения в полном объёме. Особенно известны обсуждения вокруг дела о произведениях, созданных системой искусственного интеллекта, а также дела, связанного с комиксом *Zarya of the*

Dawn, где охрана была признана не за всеми элементами, а только за теми, которые отражали человеческий творческий вклад.

В Европе и США также идут споры о правомерности обучения моделей на охраняемых произведениях. Например, обсуждаются претензии фотографических агентств, художников, писателей и правообладателей к разработчикам генеративных моделей. Эти споры важны для бизнеса, потому что их результат может повлиять на условия использования AI-сервисов, лицензионные модели и ответственность пользователей.

Для российских компаний международный контекст важен по трём причинам.

Во-первых, если компания использует иностранный AI-сервис, условия коммерческого использования могут регулироваться иностранным правом.

Во-вторых, если компания продаёт товары или цифровые продукты за рубежом, претензии могут предъявляться в другой юрисдикции.

В-третьих, зарубежная практика влияет на общее понимание того, где проходит граница между творчеством человека и автоматической генерацией.

На мой взгляд, российскому праву также предстоит выработать более ясный подход к AI-контенту. Но уже сейчас можно предположить, что центральным критерием будет не сам факт применения нейросети, а степень человеческого участия в создании результата.

10. Практические ситуации, которые чаще всего приводят к спорам.

Чтобы проблема не выглядела абстрактной, рассмотрим несколько типичных ситуаций.

Ситуация первая: AI-изображение в рекламе.

Компания запускает рекламную кампанию и использует сгенерированное изображение девушки с товаром. Через некоторое время фотограф заявляет, что изображение воспроизводит существенные элементы его фотографии: позу, композицию, освещение и общий визуальный образ.

Даже если изображение было создано нейросетью, компании придётся доказывать отсутствие заимствования. Если сходство значительное, спор может

закончиться удалением рекламы и выплатой компенсации. Поэтому рекламные изображения, особенно реалистичные, желательно проверять до публикации.

Ситуация вторая: AI-логотип для нового бренда.

Предприниматель просит нейросеть создать логотип для магазина одежды. Полученный вариант выглядит удачно, быстро размещается на сайте, упаковке и в социальных сетях. Через несколько месяцев приходит претензия от компании, у которой зарегистрирован сходный товарный знак в той же сфере.

В такой ситуации ссылка на то, что логотип был создан AI, не освобождает от ответственности. Нарушение права на товарный знак оценивается по факту использования сходного обозначения в коммерческом обороте.

Ситуация третья: сотрудник загрузил договор в AI-сервис.

Юрист компании решил ускорить работу и загрузил проект договора в публичную нейросеть для анализа рисков. В договоре содержались данные контрагента, условия сделки и конфиденциальные положения. Позже возник вопрос: кто разрешил передавать эти сведения внешнему сервису?

Здесь проблема связана уже не с авторским правом, а с коммерческой тайной, персональными данными и договорной конфиденциальностью. Чтобы избежать таких ситуаций, компания должна заранее установить правила использования AI.

Ситуация четвёртая: AI-код в коммерческом продукте.

Разработчик использует AI-инструмент для генерации фрагмента кода. Код включается в коммерческое приложение. Позже выясняется, что похожий фрагмент содержался в открытом репозитории с лицензией, условия которой компания не выполнила.

В таком случае могут возникнуть требования, связанные с нарушением лицензии или авторских прав на программный код. Поэтому AI-код необходимо проверять так же, как и код, заимствованный из открытых источников.

Эти примеры показывают, что основной риск AI-контента заключается не в самой технологии, а в беспечном использовании результата без юридической проверки.

11. Как бизнесу снизить правовые риски.

Для безопасного использования AI-контента бизнесу нужна не разовая осторожность, а понятная внутренняя система. Она может быть относительно простой, но должна работать постоянно.

Первое правило – проверять условия AI-сервиса. Некоторые сервисы разрешают коммерческое использование результатов, другие устанавливают ограничения. Кроме того, условия могут различаться для бесплатных и платных тарифов.

Второе правило – фиксировать человеческий вклад. Если компания хочет в дальнейшем ссылаться на авторско-правовую охрану результата, нужно сохранять доказательства работы человека: технические задания, промпты, черновики, правки, версии файлов и финальную редактуру.

Третье правило – не использовать запросы, направленные на имитацию чужого стиля, бренда или произведения. Формулировки вроде «как у известной компании» или «в стиле конкретного художника» создают ненужный риск.

Четвёртое правило – проверять коммерчески значимые материалы до публикации. Это касается логотипов, рекламных изображений, упаковки, названий продуктов, слоганов, программного кода и текстов для публичного размещения.

Пятое правило – защищать конфиденциальную информацию. Компания должна определить, какие данные нельзя загружать в публичные AI-сервисы ни при каких обстоятельствах.

Шестое правило – урегулировать AI в договорах. Сотрудники и подрядчики должны понимать, когда использование нейросетей допустимо, а когда требуется согласование.

Седьмое правило – не считать AI-контент автоматически свободным от прав. Это, пожалуй, самая распространённая ошибка. Если материал создан быстро и бесплатно, это не означает, что он юридически безопасен.

12. Авторская позиция по проблеме правового регулирования AI-контента.

На наш взгляд, правовое регулирование AI-контента должно развиваться осторожно. Не следует автоматически признавать искусственный интеллект

автором или создавать для него самостоятельный правовой статус. Это противоречило бы базовой идее авторского права, которое защищает творческий труд человека.

В то же время неправильно полностью отрицать охрану результатов, созданных с использованием AI. Во многих случаях человек играет значительную роль: формулирует идею, задаёт структуру, отбирает варианты, перерабатывает результаты, соединяет элементы и доводит материал до финальной формы. Такой труд заслуживает правовой защиты, если он выражен в оригинальном результате.

Поэтому наиболее разумным является дифференцированный подход:

- если ИИ используется как технический инструмент, а человек вносит существенный творческий вклад, результат может охраняться авторским правом;
- если результат создан автоматически без значимого участия человека, авторско-правовая охрана должна быть ограниченной или отсутствовать;
- если AI-контент нарушает права третьих лиц, ответственность должен нести тот, кто использует его в коммерческом обороте;
- если промпты и AI-настройки имеют коммерческую ценность, их целесообразно защищать через режим коммерческой тайны;
- если компания использует AI системно, она должна иметь внутренние правила и договорные ограничения.

Такой подход позволяет не тормозить технологическое развитие, но одновременно защищает интересы авторов, правообладателей, потребителей и добросовестного бизнеса.

Заключение.

Искусственный интеллект стал важным инструментом коммерческой деятельности, но его использование не отменяет требований законодательства об интеллектуальной собственности. AI-контент может быть удобным, быстрым и экономически выгодным, однако он несёт для бизнеса ряд правовых рисков.

Главная проблема состоит в неопределённости авторства и принадлежности прав. Искусственный интеллект не может быть автором в юридическом смысле, поскольку автором признаётся физическое лицо, творческим трудом которого

создано произведение. Поэтому при оценке AI-контента необходимо выяснять, был ли вклад человека существенным или результат создан преимущественно автоматически.

Вторая проблема связана с возможным нарушением прав третьих лиц. Сгенерированные изображения, тексты, логотипы, код и дизайн могут оказаться сходными с уже существующими произведениями или товарными знаками. При коммерческом использовании ответственность будет нести компания, применившая спорный материал в обороте.

Третья проблема касается конфиденциальности. Загрузка договоров, персональных данных, клиентских баз, исходного кода и внутренних документов в публичные AI-сервисы может нарушать режим коммерческой тайны, законодательство о персональных данных и договорные обязательства.

Для снижения рисков бизнесу необходимо проверять условия AI-сервисов, фиксировать человеческий вклад в создание результата, проводить правовую экспертизу коммерчески значимых материалов, регулировать использование AI в договорах и разрабатывать внутренние правила работы с нейросетями.

Таким образом, искусственный интеллект следует рассматривать не как замену правовой проверки, а как инструмент, требующий грамотного юридического сопровождения. Компании, которые первыми выстроят понятную систему работы с AI-контентом, получают не только технологическое преимущество, но и более устойчивую правовую позицию на рынке.

Список литературы

1. Гражданский кодекс Российской Федерации (часть четвертая): Федеральный закон №230-ФЗ от 18.12.2006 // Собрание законодательства РФ. – 2006. – №52 (ч. 1). – Ст. 5496.

2. Гражданский кодекс Российской Федерации (часть четвертая): Федеральный закон №230-ФЗ от 18.12.2006 (ред. от 13.06.2023). – Ст. 1228 «Автор результата интеллектуальной деятельности» // Собрание законодательства РФ. – 2006. – №52 (ч. 1). – Ст. 5496.

3. Гражданский кодекс Российской Федерации (часть четвертая): Федеральный закон №230-ФЗ от 18.12.2006 (ред. от 13.06.2023). – Ст. 1257 «Автор произведения» // Собрание законодательства РФ. – 2006. – №52 (ч. 1). – Ст. 5496.

4. Гражданский кодекс Российской Федерации (часть четвертая): Федеральный закон №230-ФЗ от 18.12.2006 (ред. от 13.06.2023). – Ст. 1259 «Объекты авторских прав» // Собрание законодательства РФ. – 2006. – №52 (ч. 1). – Ст. 5496.

5. Гражданский кодекс Российской Федерации (часть четвертая): Федеральный закон №230-ФЗ от 18.12.2006 (ред. от 13.06.2023). – Ст. 1270 «Исключительное право на произведение» // Собрание законодательства РФ. – 2006. – №52 (ч. 1). – Ст. 5496.

6. Гражданский кодекс Российской Федерации (часть четвертая): Федеральный закон №230-ФЗ от 18.12.2006 (ред. от 13.06.2023). – Ст. 1295 «Служебное произведение» // Собрание законодательства РФ. – 2006. – №52 (ч. 1). – Ст. 5496.

7. Гражданский кодекс Российской Федерации (часть четвертая): Федеральный закон №230-ФЗ от 18.12.2006 (ред. от 13.06.2023). – Ст. 1301 «Ответственность за нарушение исключительного права на произведение» // Собрание законодательства РФ. – 2006. – №52 (ч. 1). – Ст. 5496.

8. Гражданский кодекс Российской Федерации (часть четвертая): Федеральный закон №230-ФЗ от 18.12.2006 (ред. от 13.06.2023). – Ст. 1465 «Секрет производства» // Собрание законодательства РФ. – 2006. – №52 (ч. 1). – Ст. 5496.

Гомольский Артём Алексеевич – студент, ФГБОУ ВО «Российский государственный социальный университет», Москва, Россия.

Митячкина Екатерина Сергеевна – канд. юрид. наук, доцент, ФГБОУ ВО «Российский государственный социальный университет», Москва, Россия.
