

**Сергій А. Євдокіменко, Олександр С. Стерліков**

## **ЗАХИСТ ПРАВ СПОЖИВАЧІВ У РЕКЛАМІ ТА SMM: ПРАВОВИЙ АСПЕКТ ВИКОРИСТАННЯ ОБ'ЄКТІВ АВТОРСЬКОГО ПРАВА**

У статті здійснено комплексний правовий аналіз захисту прав споживачів у сфері реклами та SMM у контексті використання об'єктів авторського права. Дослідження зосереджене на визначенні особливостей правового статусу споживача в умовах цифрових маркетингових комунікацій, де контент одночасно виступає інструментом впливу та об'єктом правової охорони. Розкрито специфіку використання текстових, візуальних і аудіовізуальних матеріалів у рекламній діяльності, з урахуванням вимог законодавства про захист прав споживачів і норм права інтелектуальної власності.

Проаналізовано проблемні аспекти правомірності використання об'єктів авторського права у соціальних мережах, зокрема у випадках репостингу, реміксування контенту, використання мемів, а також у діяльності інфлюенсерів і блогерів. Окрему увагу приділено питанням ідентифікації реклами, прозорості комерційних повідомлень та недопущення введення споживача в оману шляхом маніпулятивного використання креативного контенту.

Досліджено колізії між ліцензійними умовами використання об'єктів авторського права та гарантіями прав споживачів, зокрема щодо якості цифрового продукту, обсягу прав користування та можливості захисту у разі порушення. Окреслено підходи до розмежування відповідальності між рекламодавцями, правовласниками, платформами та іншими учасниками цифрового середовища.

На підставі аналізу національного законодавства та сучасних європейських підходів сформульовано висновки щодо необхідності удосконалення правового регулювання рекламної діяльності у цифровому середовищі та забезпечення ефективного балансу між інтересами споживачів і суб'єктів права інтелектуальної власності.

**Ключові слова:** захист прав споживачів, реклама, SMM, цифровий маркетинг, авторське право, інтелектуальна власність, рекламний контент, інфлюенсер-маркетинг, соціальні мережі, недобросовісна реклама, цифрові послуги, ліцензійні відносини, правове регулювання, права споживача, комерційні комунікації.