

АВТОРСКОЕ ПРАВО И СМЕЖНЫЕ ПРАВА



ISSN 0201-7059

ИС ИНТЕЛЛЕКТУАЛЬНАЯ
СОБСТВЕННОСТЬ

«ИС» выходит с 1957 года (до 1992 г. –
под названием «Вопросы изобретательства»)

№ 2 / 2021
февраль

53/ Интернет и право

17/ Программы для ЭВМ

59/ Зарубежный опыт

45/ Судебная практика

66/ Законы, документы

Оформите подписку на 2022 год! Подробнее – на www.superpressa.ru

Главный редактор – Н.Б. ТЕРЕНТЬЕВА
E-mail: pravo@superpressa.ru

РЕДАКЦИОННЫЙ СОВЕТ:

Г.П. Ивлиев (к.ю.н.) – руководитель Федеральной службы по интеллектуальной собственности (Роспатент)

А.Б. Кашеваров (к.э.н.) – заместитель руководителя Федеральной антимонопольной службы (ФАС России)

Е.Н. Щербак (д.ю.н., профессор), Московский политехнический университет

А.Г. Матвеев (д.ю.н., профессор), Пермский государственный национальный исследовательский университет

Р.И. Ситдикова (д.ю.н., доцент), Казанский федеральный университет

П.В. Степанов (к.ю.н.) – советник, заместитель Министра культуры Российской Федерации

К.В. Земченков – директор Российской антипиратской организации по защите прав на аудиовизуальные произведения (РАПО)

Б.Б. Леонтьев (д.э.н., профессор) – генеральный директор Института СОИС, зам. председателя Комитета по интеллектуальной собственности ТПП РФ

А.О. Аракелова (доктор искусствоведения, заслуженный работник культуры Российской Федерации) – и.о. ректора Российской государственной академии интеллектуальной собственности (РГАИС)

Е.В. Королева (д.э.н., доцент) – руководитель аспирантуры и докторантуры РГАИС

И.А. Близнец (д.ю.н.) – профессор МГЮА, академический директор Научно-образовательного центра интеллектуальной собственности и цифровой экономики

В.С. Савина (LL.M, к.ю.н.) – начальник отдела международных и просветительских проектов РГАИС

Б.П. Симонов (д.т.н.) – профессор РГАИС

В.О. Калятин (к.ю.н.) – ведущий юрист по интеллектуальной собственности ОАО УК «РОСНАНО», профессор Исследовательского центра частного права им. С.С. Алексеева при Президенте РФ

А.Г. Серго (д.ю.н., профессор) – президент юридической фирмы «Интернет и Право»

К.М. Беликова (д.ю.н.) – профессор, профессор кафедры гражданского права и процесса и международного частного права РУДН

Е.Б. Балашов (к.ю.н.) – заместитель председателя Правительства Иркутской области, руководитель представительства Правительства Иркутской области при Правительстве Российской Федерации в г. Москва

А.А. Амангельды (д.ю.н., профессор) – Евразийская юридическая академия им. Д.А. Кунаева

В.С. Витко (к.ю.н.) – независимый исследователь

АВТОРСКОЕ ПРАВО И СМЕЖНЫЕ ПРАВА

№ 2 / 2021 февраль

Журнал зарегистрирован Федеральной службой по надзору в сфере связи и массовых коммуникаций. Регистрационный ПИ № ФС77-35400. Учредитель – ООО «Издательский Дом «ИНТЕЛЛЕКТУАЛЬНАЯ ПРЕССА»

ОБЪЕДИНЕННАЯ РЕДАКЦИЯ:

А.Л. Просветов

ведущий редактор

В.А. Медведев

компьютерная верстка

А.Л. Просветов

корректор



ПОЧТОВЫЙ АДРЕС:

115035, г. Москва, а/я 66

АДРЕС РЕДАКЦИИ:

г. Москва, Раушская наб., 4, офис 416

Тел./факс: +7 (495) 959-33-24

E-mail: pravo@superpressa.ru

www.superpressa.ru

Личность автора в обороте объекта авторского права

А. Залесов

(г. Москва)

zalesov@azalesov.com



В статье адвоката, патентного поверенного АБ «А.Залесов и партнеры», к.ю.н. А.В. Залесова рассмотрены причины и механизм отчуждения произведения в авторском праве при сохранении связи оборота экземпляров произведения с личностью автора, с его персональным брендом. Продемонстрировано принципиальное отличие в функционировании правовой системы авторского права, сохраняющей правовую связь автора и произведения, и патентного права, где такая связь в значительной степени прерывается и заменяется на бренд патентовладельца.

Ключевые слова:

автор, авторское право, отчуждение произведения.

The publication by A. Zalesov (Ph. D. in Law), lawyer, patenting attorney at “A.Zalesov and Partners” law firm, reviews the reasons and the procedure for dispossession of copyright work while preserving the link of the copies of work in circulation with the author’s personality and his/her personal brand. The author shows the key difference between copyright system and patenting system: the former retains the legal link between the author and the works while the latter significantly weakens that link largely replacing the author’s brand with the patent owner’s brand.

Keywords:

author, copyright, dispossession of work.

В эпоху буржуазных революций в Европе был не только культ свободы и равенства граждан¹, но и культ «священной частной собственности». Примерно тогда же сформировались правовые основы современной системы авторского права. Господствующие правовые взгляды того времени указывали, что автор должен быть особым «личным» собственником своих произведений, а собственность в вещном праве – это максимальная власть над вещью. Например, французский депутат и известный политический деятель Ле Шапелье, выступая перед Учредительным собранием Французской Республики, принявшим в 1791 г. декрет о правах автора, охарактеризовал авторское право как «наиболее священную, самую личную собственность из всех видов собственности».

Если же сегодня сказать, что авторское право – это право автора, то могут упрекнуть в тавтологии. Но данное утверждение не является столь тривиальным, как может показаться на первый взгляд. Действительно, регулирование прав автора как основного субъекта правоотношений по поводу создания и оборота творческих произведений и прав на них является основной целью авторского права. Автор – абсолютно центральная фигура системы авторского права, вокруг которого все и «вертится». Можно сказать, что авторское право – это действительно «самое личное» имущественное право, теснейшим образом связанное с личностью автора как изначально (при создании произведения), так и при уступке права и даже после такой уступки. Автор лично связан с произведением в любой момент жизни произведения, вне зависимости от того, кто является правообладателем авторских прав. В прямую противоположность этому патентное право, именуемое также в специализированной литературе «изобретательским правом», отнюдь не является правом изобретателя, так как автор изобретения никак не является основным субъектом патентных правоотношений (таковым является только заявитель по заявке на выдачу патента и патентообладатель), поэтому субъективное патентное право практически не связано с личностью изобретателя.

В рамках настоящей статьи рассмотрим это фундаментальное «личностное» отличие отрасли ав-

торского права от патентного права на основе умозрительных наблюдений за работой системы авторского права в условиях правильно работающей рыночной экономики. Невидимая рука рынка, регулирующая спрос и предложение на материальные воплощения творческих авторских произведений (экземпляры аудиовизуальных и литературных произведений, картины, произведения дизайна и т. д.), сама расставляет все по своим местам, указывая на роль личности автора в этом хозяйственном обороте.

Если же сегодня сказать, что авторское право – это право автора, то могут упрекнуть в тавтологии. Но данное утверждение не является столь тривиальным, как может показаться на первый взгляд

То, что автор – основной субъект правоотношений по поводу возникновения имущественного авторского права (в силу создания им произведения в объективной форме), а также при передаче принадлежащих ему имущественных исключительных авторских прав представляется вполне понятным почти всем специалистам. Без автора авторское право на произведение не возникнет и не передастся никакому следующему правообладателю. С этим никто спорить не станет. Но далеко не сразу будет понятно, что автор, даже полностью уступивший все имущественные исключительные авторские права на свое произведение (например, писатель создал повесть по договору авторского заказа с переходом всех авторских прав издательству), остается важнейшим не только незримым, но и фактическим участником в обороте вещей, воплощающих его произведение. Личность автора следует за произведением (по названию права следования художника).

Покажем подробнее, почему оборот экземпляров авторского произведения всегда неразрывно свя-

¹ Свобода, равенство, братство (фр. Liberté, Égalité, Fraternité) – девиз Французской революции.

зан с личностью их автора, вне зависимости от наличия у него авторских прав (например, когда они уступлены полностью автором). Можно легко показать, что рынок экземпляров произведения прямо обусловлен личностью автора, вернее, восприятием его личности у публики. Это то, что сегодня принято называть личным брендом автора. Цена каждого экземпляра авторского произведения – это отражение стоимости личного бренда автора и ничего более этого. Каждая купля-продажа экземпляра произведения есть котировка личного бренда автора.

Например, успех конкретной книги – это, конечно, успех ее автора-писателя. Но верно и обратное – гениальный (признанный в обществе, талантливый, модный, пользующийся спросом, разрекламированный и т. д.) литератор пишет востребованные читателями книги. Продажа книги всегда происходит под брендом писателя. То же самое можно сказать почти обо всех остальных жанрах и видах произведений авторского права.

Очевидно, что на арт-рынке успешно продается не просто какая-то картина, а картина конкретного художника, и ее цена в известной степени определяется не столько мастерством, сколько брендом этого художника. Найденная средневековая картина «Спаситель мира» изначально безвестного художника выросла в цене более чем в миллион раз, после того как некоторые специалисты признали, что ее автором является Леонардо да Винчи. Признанный талант всегда востребован публикой. Сами авторы понимают, что потребители, приобретая произведения, в некотором смысле покупают и «частичку личности» творца этих произведений. Таким образом, личный бренд автора – это основная компонента стоимости вещей с воплощенным в них произведением. Дорогой и востребованный авторский бренд означает успех всего оборота экземпляров произведения. Обратное также верно. Поэтому личность автора (вернее, его бренд) всегда следует за экземплярами произведения на рынке, вне зависимости от отчуждения имущественных авторских прав и даже вне связи с действиями собственника экземпляра произведения.

Первоначальное отчуждение произведения от его автора-создателя является условием для введе-

ния этого произведения в гражданский оборот. Это важный психологический момент для творца (здесь можно вспомнить Н.В. Гоголя, сжигающего вторую часть великой книги «Мертвые души»). Но пока произведение впервые не отчуждено, оно как бы и не существует для всех остальных людей (например, рукопись, написанная в стол). Первоначальное отчуждение произведения есть важный социальный момент для публики, которая ждет новое произведение любимого ею автора. Неслучайно первый тираж новой книги имеет особое значение в издательском бизнесе.

Желание передать созданное произведение обществу является внутренней потребностью многих творческих личностей. К.И. Скловский очень четко указывает: *«создав произведение, автор отчуждает его от себя, и чем более оно успешно, тем более в нем выражено, стало быть, их тождество, а никто и ничто не может испытывать нужды в тождественном, недостает всегда чего-то иного. В то же время произведение не может служить средством выражения иному лицу; всякий иной собственник произведения относится к нему непременно как к чужому, но не как к своему...»* [4, с. 168]. Здесь очень точно подмечено психологическое свойство, характерное для творческой личности, которое направлено на отчуждение своего произведения.

Таким образом, отчуждение результата творчества от автора художественного произведения – это психологическая потребность самого автора, но это также и рыночная необходимость. В то же время сам рынок также требует сохранить связь с личностью автора художественного произведения, т. е. сохранить на произведении его бренд. Поэтому произведение авторского права сохраняет тесную связь с автором после отчуждения как самого произведения (передача собственности на авторскую вещь, например, на картину), так и авторского права на него. В системе авторского права можно видеть эту личную связь через совокупность имущественных (например, право следования) и личных неимущественных (право на неприкосновенность произведения) прав автора.

Неимущественное право автора на имя (псевдоним) всегда связано с произведением и с его оборотом.



© www.istockphoto.com/LuckyTD

Иными словами, нетрудно обнаружить довольно тесную связь личности автора художественного произведения с судьбой произведения, включая любой его коммерческий оборот. При этом возникает вопрос: почему так происходит? Можно спросить иначе: почему на рынке нельзя заменить имя одного автора на имя другого автора? На самом деле споры о плагиате – это как раз споры о замене имени автора на произведении. Однако при более внимательном рассмотрении становится очевидным тот факт, что имя действительного автора можно заменить на имя другого автора (особенно до опубликования произведения), но бренд автора (то есть известную личность у потребителей) так же легко заменить никак не получится. Например, подобная замена происходит в ситуации, когда безвестные авторы пишут для какого-либо знаменитого писателя (явление, известное под названием «литературное рабство»). Но парадокс состоит в том, что в ситуации литературного рабства конкретное произведение выходит в свет под брендом своего автора (то есть «писателя-рабовладельца»,

который на рынке и является автором). Если этот порядок вещей повторяется, а объективно он уже существует, то такая ситуация закрепляется правом. Итак, автором (брендом произведения) является то лицо, которое публика многократно считает таковым, а не то лицо, которое на самом деле написало произведение. Конечно, такая ситуация является отклонением от нормы, исключением. Но даже это исключение доказывает правило о том, что авторский бренд именно как индивидуальная манера произведения, известная публике (*а не сама по себе*), объективно сохраняет свою связь с произведением и с его оборотом.

В чем проявляется объективность этой связи? Объекты авторского права – картина, мелодия, фильм – строго индивидуальны по своей форме выражения. И эта их индивидуальность (особенно та, которую уже знает публика) нужна для продвижения творческого продукта на рынке. Иными словами, автор художественного произведения для общества всегда есть индивидуальная фигура, даже

если имеет место соавторство коллектива авторов (или в крайнем негативном случае – литературное рабство). Для потребителей всегда существует как бы один автор, или «главный автор». Например, когда публика идет смотреть фильм, в большинстве случаев она идет именно «на режиссера» или «на актера» (здесь также работает смежное право), хотя в титрах кинофильма всегда указаны и другие участники – актеры, композиторы, сценаристы и т. д. Да, произведения можно скопировать и даже распространять копии большим тиражом. Но такое тиражирование не отрицает, а поддерживает личность автора (вернее, его бренд), поскольку по запросу потребителя экземпляр произведения всегда сопровождает фигура автора.

Проведенное исследование показало, что авторское право – это именно право автора, в то время как патентное право не является правом изобретателя, а служит правом патентовладельца

Отсутствие этой фигуры (товар без бренда) сразу снижает стоимость экземпляра произведения. То есть сами экономические интересы при обороте объекта авторского права требуют неразрывной связи бренда автора и даже массово распространяемого его произведения.

Может быть, такая связь автора с объектом характерна только для наших дней, когда «личный бренд» – весьма популярная маркетинговая категория? Но наблюдение показывает, что в отношении авторского права так было всегда. Как можно объяснить эту личную связь произведения авторского права с автором? Авторское право творца возникает в момент создания произведения в любой объективной форме. Гипотетически, конечно, другой автор – композитор, художник или архитектор – может попытаться присвоить авторство на чужое творение. Ведь у художника или архитектора нет гербового документа по типу патента, удостоверяющего авторское право. Но откровенный плагиат (умышленная замена на про-

изведении имени другого архитектора, художника как автора на свое) – вещь почти невыносимая именно для бренда автора, настолько тесно связан проект с известным публике брендом автора. Причем эта связь вполне материальная (можно сказать, буквальная): она подобна связи письма через почерк с лицом, которое вручную написало это письмо. Характерная манера письма определенного художника, творческий стиль конкретного композитора или архитектора объективно могут быть исследованы и установлены, в частности, искусствоведческой экспертизой в судебном процессе при разрешении спора. Даже в том крайнем случае, когда писатель присваивал творческий труд литературных рабов и публиковал книги под своим именем, вполне вероятно, что в ходе судебной тяжбы именно его и признают автором.

Эстетическая ценность произведений конкретного архитектора или художника обусловлена не только неповторимыми манерами авторов. Большое влияние здесь оказывает популяризация этих манер, а также восприятие их специалистами. Все это и создает авторский бренд в современной экономике. В некотором смысле на рынке может существовать только одно произведение автора на заданную тему, раскрывающее в творении художественную составляющую личности автора. Собственно, эта «личность автора», отраженная в произведении и овеществленная в авторской вещи (например, в здании или картине), и составляет ценность такой вещи для потребителя (например, для собственника, по заказу которого вещь создана автором). Но «личность автора» передается потребителю не напрямую, а через специалистов, продвигающих этот бренд. Кто эти специалисты? Это искусствоведы, литературные критики, рекламные агентства, и т. д., да и просто другие потребители, пользующиеся популярностью (так называемые лидеры общественного мнения).

Можно также сказать, что копирование и тиражирование есть вынужденное отступление от личностной сути произведения для того, чтобы сделать произведение (часть личности) доступным массовой публике в виде копии этой части художественной личности. Это искажение видят только глубоко разбирающиеся в искусстве люди,

которые являются профессиональными специалистами в соответствующей области. Например, некоторые ценители музыки не воспринимают даже высококачественных аудиозаписей – они ищут только живое исполнение произведения конкретным выдающимся музыкантом, которое индивидуально. Разумеется, для большинства публики разница здесь слабо уловимая. Но тиражирование все же не разрушает эту связь с личностью автора, поскольку бренд автора, транслируемый широкой публике специалистами, во многом определяет стоимость авторской вещи и в массовом сегменте рынка.

Наоборот, при внимательном взгляде на функционирование патентной системы, начиная с подачи заявки на получение патента, легко обнаружить минимальность или почти полное отсутствие связи между личностью изобретателя (не являющегося одновременно патентообладателем) и судьбой патента на его изобретение. Потребитель, как, впрочем, и все общество, знает товары, в которых воплощены изобретения, по бренду их производителя (то есть по бренду патентообладателя или лицензиата) или по имени, стоящим за этим брендом, но не по имени изобретателя.

Чем объясняются такие сущностные отличия оборота объектов авторского права и объектов патентного права? Можно предположить, что они естественно связаны с механистическим, промышленным характером технического творчества в сравнении с гуманистическим характером художественного творчества.

В патентном праве, в этом «праве промышленной собственности», в силу специфики объекта правоотношений и его оборота, необходимо отчуждение автора (изобретателя) от объекта произведения (изобретения). Именно ввиду такой потребности рыночного оборота и возникает некая граница между художественным и промышленным миром. Где нужна массовость, там личность автора не нужна, а нужен бренд. Поэтому в противовес гуманистическому художественному творчеству механистическое техническое творчество (и даже творчество художественно-промышленное) как основа промышленной экономики, в которой сущность должна многократно воплощаться и копироваться, нуждается в патентной системе, призванной закрепить монопольное право на разработанную новую техническую сущность за инвестором промышленным-патентообладателем, то есть за брендом патентообладателя.

Проведенное исследование показало, что авторское право – это именно право автора, в то время как патентное право не является правом изобретателя, а служит правом патентообладателя. Изучение механизмов работы системы авторского права как регулятора оборота экземпляров произведения однозначно указывает на ведущую роль автора и его имени как личного бренда, и эта роль не ослабевает даже в эпоху всеобъемлющих информационных технологий. Наоборот, фигура изобретателя становится все менее заметной на фоне брендов корпораций, успешно коммерциализирующих плоды их творческого труда посредством патента. ■

ЛИТЕРАТУРА:

1. Комментарий к международным конвенциям об авторском праве (под ред. Э.П. Гаврилова). – М.: Изд-во «Прогресс», 1982.
2. Комментарий к Гражданскому кодексу РФ, часть четвертая, (под ред. А.Л. Маковского). – М.: Изд-во «Статут», 2008.
3. Давыдов Ю.Н. Труд и свобода. – М.: Изд-во «Высшая школа», 1962.
4. Скловский К.И. Собственность в гражданском праве. – М.: Изд-во «Статут», 2010.