

БРН
исследования рынка

Специфика оборота интеллектуальной собственности в СМИ и новых медиа



ПЧЕЛКИН А.

юрист «Пепеляев Групп»

Введение

Еще на заре появления первых средств массовой информации в привычном нам понимании – газет, журналов, радио – вопросы, связанные с интеллектуально-правовым режимом как самих средств массовой информации, так и отдельных сообщений были предметом правовых дискуссий, нередко проходивших в залах судебных заседаний.

Так, ещё в 1918 г., в деле *InternationalNewsService v. AssociatedPress* Верховным судом США было рассмотрено дело о копировании информационных сообщений, связанных с освещением событий Первой Мировой Войны. Несмотря на то, что дело рассматривалось в контексте недобросовестной конкуренции, вопрос о наличии исключительных прав все же был поднят. Тогда мнение судей было единодушным – в сообщениях о фактах не нашли авторско-правовой составляющей.

Можно сказать, что такая позиция соответствует духу интеллектуальной собственности, так как их охраны действительно исключаются сообщения о событиях и фактах, имеющие исключительно информационный характер. Однако очевидно, что даже у таких сообщений имеются авторы, в связи с чем творческая составляющая все же присутствует.

Такой подход разделил Европейский суд справедливости в решении от 2009 г. по делу *Infopaq. Danske Dagblades Forening*. *Infopaq* сканировало газетные страницы и осуществляло в них поиск по ключевым словам. Если такое ключевое слово находилось, то оно копировалось вместе с пятью словами по обе стороны от него, после чего эта часть новостной публикации отправлялась клиентам. Эти скопированные отрывки, состоящие всего лишь из 11 слов, были признаны охраняемыми, а в действиях *Infopaq* были найдены признаки нарушения исключительных прав.

Европейский суд справедливости объяснял свое решение следующим образом: *«Нельзя исключать возможность того, что отдельные предложения или даже части предложений в отрезках могут передавать читателю оригинальность публикации, такой как газетная статья, путем сообщения читателю элемента, который сам по себе является выражением интеллектуального творчества автора этой статьи»*.

Два процитированных выше решения, временной промежуток между которыми составляет почти 100 лет, позволяют понять, в каком направлении развивалось право интеллектуальной собственности. И действительно, со временем все больше и больше внимания уделяется основной составляющей – творческому вкладу отдельного автора, пусть даже само по себе произведение не обладает высокой степенью оригинальности и несет информационный характер.

Основные объекты интеллектуальной собственности в СМИ и новых медиа

Понимание динамики изменений в праве интеллектуальной собственности необходимо, чтобы ориентироваться в ситуации, сложившейся на сегодняшний день и иметь возможность прогнозировать изменения, которые неминуемо происходят под влиянием различных факторов.

К примеру, с технологической точки зрения, благодаря развитию информационных технологий и непрерывному увеличению пользователей таких технологий, обмен информацией, её получение, её доведение до всеобщего сведения перестали быть такой насущной проблемой, как это было раньше, когда для работы с информацией использовались материальные носители.

Всеобщая информатизация и компьютеризация повлияли не только на обмен информацией, но и на творчество – новые технологии расширяют перечень средств выражения, доступных автору. Появляются и новые средства распространения информации – если раньше основными площадками выступали печатные издания, то теперь это веб-сайты. Нельзя умалять и роль социальных сетей, функционал которых позволяет в считанные минуты создать публичную страницу и использовать внутренние ресурсы (ключевые слова, реклама) для распространения контента.

Именно об этом мы и вспоминаем, когда говорим о новых медиа. Вместе с этим, объекты, используемые при создании контента – наверное, единственное, что осталось неизменным. Речь, конечно же, о тексте, изображениях, видеозаписях, аудиозаписях. На этих привычных нам формах основывался и продолжает основываться весь медиа-контент. И они же представляют собой результаты интеллектуальной деятельности, охраняемые как в соответствии с международным (Бернская конвенция по охране литературных и художественных произведений, Римская конвенция по охране прав исполнителей, изготовителей фонограмм, вещательных организаций), так и в соответствии с российским правом.

Для того, чтобы понять, какие виды контента каким объектам соответствуют, необходимо в первую очередь выделить основные интересующие нас формы контента в СМИ и новых медиа, а далее сопоставить эти формы с существующим перечнем объектов авторских (статья 1259 ГК РФ) и смежных прав (статья 1304 ГК РФ).

Существует достаточно очевидная классификация:

1. Текстовый контент – статьи, заметки, очерки – представляют собой литературные произведения, базовый объект, с которого, можно сказать, и берет начало право интеллектуальной собственности.
2. Видео-контент – сюжетные ролики, репортажи, иные видеозаписи – представляют собой аудиовизуальные произведения – одни из самых сложных объектов в праве интеллектуальной собственности (к слову, такие объекты, включающие несколько результатов интеллектуальной деятельности так в Гражданском кодексе и именуются – «Сложные объекты»). Аудиовизуальные произведения могут основываться на сценариях, интервью, у которых имеются собственные авторы, в их состав могут включаться как графические произведения, так и иные аудиовизуальные произведения. Также часто используются музыкальные произведения, как самостоятельные, так и специально созданные для включения в аудиовизуальное произведение. При этом необходимо понимать, что при создании сюжетных произведений у исполнителей возникают смежные права на исполнение, а при эфирном вещании таких произведений, к примеру, на телевидении, у вещательных организаций возникают смежные права на сообщение, независимые от авторских прав на само произведение.
3. Аудио-контент – подкасты, лекции, радиопрограммы – несмотря на то, что у этого вида контента есть некоторое родство с музыкальными произведениями, все же представляют собой сложные объекты, поскольку в их состав также могут входить иные произведения – они могут основываться на определенном сценарии, включать в себя музыкальные произведения. Так же, как и в случае с видео-контентом, возникают смежные права – в данном случае на фонограмму – у изготовителя такой фонограммы, то есть, лица, организовавшего запись. В случае создания сюжетного произведения, к примеру, аудиоспектакля, возникает и смежное право на исполнение;
4. Графический контент – фотографии, изображения, иллюстрации – представляют собой произведения фотографические произведения и произведения графики или живописи соответственно.

Приведенная классификация позволяет сделать несколько выводов.

Во-первых, с точки зрения развития права на интеллектуальную собственность, мы уже можем наблюдать появление новых сложных объектов. Следует отметить, что отсутствие таких объектов, к которым относятся подкасты или радиопрограммы в перечне объектов авторских прав не означает, что на такие объекты не распространяются авторские права. Напротив, предвосхищая необходимость готовности права интеллектуальной собственности к изменениям, связанным с появлением новых способов коммуникации, по крайней мере российский законодатель сделал перечень объектов авторского права неограниченным, добавив в него указание на «другие произведения».

Во-вторых, мы видим, насколько сложными могут быть отношения в индустрии СМИ и новых медиа, связанные с созданием контента. Так, с ростом числа лиц, вовлеченных в создание контента, растет и объем правомочий, требуемый к получению от таких лиц, а, соответственно, усложняется и характер таких отношений, процесс использования и защиты.

С учетом выводов выше представляется, что специфика оборота интеллектуальной собственности в СМИ и новых медиа представляет собой предмет интереса для дальнейшего глубокого и длительного изучения. Для этого предлагаю ознакомиться с изложенными ниже тезисами касательно некоторых аспектов специфики такого оборота.

Основные аспекты оборота интеллектуальной собственности в СМИ и новых медиа

В первую очередь хотелось бы отметить возрастающую роль площадок в распространении контента. Как уже было отмечено, такие площадки как социальные сети, не требуют больших временных затрат для подготовки публичных страниц для распространения контента, а благодаря возможности гибкой настройки внутренних систем, такой контент может быть с легкостью доведен до целевой аудитории.

Однако следует иметь в виду, что, создавая такие страницы или аккаунты, кроме права использования такой площадки пользователь принимает на себя и ряд обязанностей. В частности, по предоставлению лицензии на любой публикуемый контент как самой площадке, так и её пользователям – в целях воспроизведения и доведения до всеобщего сведения. Зачастую предполагается и заверение со стороны пользователя о том, что контент не нарушает права третьих лиц.

В связи с последним высокую важность имеет и контроль соблюдения прав третьих лиц – правообладателей объектов, включаемых в контент.

Здесь можно выделить несколько оснований, наличие которых позволяет говорить об использовании объекта, включаемого в контент с разрешения правообладателя. Каждое из приведенных оснований имеет свою специфику.

- 1. Создание объекта работником в качестве служебного произведения.** В данном случае произведение создается работником на основании задания работодателя в пределах его трудовых обязанностей. Исключительное право на такое произведение принадлежит работодателю, следовательно, его использование лежит в пределах этого права. Важно понимать, что ряд неотчуждаемых авторских прав остается за работником. К примеру, право на имя, право на неприкосновенность произведений и защиту от искажений. Также необходимо отметить, что при создании произведения работником могут быть использованы объекты, права на которые принадлежат третьим лицам, что может стать препятствием для использования такого произведения работодателем и даже причинить убытки. В связи с этим, особенно при использовании изобразительных произведений (фотографии, графика), важно проводить предварительный аудит на предмет заимствования из иных источников.
- 2. Создание объекта по заказу, к примеру, для включения в сложный объект.** В случае создания произведения для его включения в сложный объект, к примеру, при создании на заказ музыкального произведения для сопровождения аудиовизуального произведения, исключительные права на такое произведение могут быть как отчуждены, так и предоставлены по лицензии. За автором объекта, использованного в составе сложного объекта, так же сохраняются право авторства и другие личные неимущественные права. В случае использования произведения в сложном объекте на основании лицензии, необходимо уделять особое внимание ограничениям по сроку и территории использования такого произведения.
- 3. Заключение лицензионного договора с автором или правообладателем.** При заключении лицензионного договора с автором или правообладателем необходимо уделять внимание способам использования, в отношении которых предоставляются права использования. Важно учитывать, что перечень способов использования является открытым, а сами способы использования могут быть сформулированы довольно узко, к примеру, как использование в качестве иллюстрации к определенному материалу. В отношении способов использования действует принцип «запрещено все, что не разрешено», соответственно, если права на использование получены по лицензионному договору, необходимо соблюдать установленные ограничения. Это распространяется и на случаи, когда произведение находится в публичном доступе, и, казалось бы, фактом такого размещения автор уже дал согласие на его использование. Вместе с тем, даже в отношении находящегося в публичном доступе произведения продолжают действовать исключительные права автора, в связи с чем для его использования вне места размещения необходимо его разрешение.
- 4. Свободное использование** – цитирование, иллюстрирование в информационных, научных, учебных или культурных целях. Случаи свободного использования представляют собой исключения из охраны произведений, допустимые только при соблюдении всех условий для такого использования. В частности, объем цитирования или иллюстрирования должен быть оправдан целью цитирования и не должен превышать разумные значения. При цитировании и иллюстрировании обязательным является указание имени автора и источника заимствования.

Резюмируя изложенное, невозможно не заметить, что одним из основных аспектов использования объектов интеллектуальной собственности в СМИ и новых медиа является соблюдение прав авторов или правообладателей. Так или иначе, в настоящее время создание контента тесно связано с преобразованием или изменением уже существующих объектов и лишь в редких случаях создается что-то оригинальное. Именно поэтому основное внимание следует уделять объектам, используемым для создания контента.