

Яшинская Екатерина Юрьевна

студентка

Гартман Виктория Александровна

студентка

Прощалыгин Роман Александрович

канд. юрид. наук, преподаватель

ФГБОУ ВО «Сибирский государственный

университет путей сообщения»

г. Новосибирск, Новосибирская область

АВТОРСКИЕ ПРАВА НА МУЛЬТИМЕДИЙНЫЕ ПРОДУКТЫ:

АНАЛИЗ ЗАРУБЕЖНОГО И РОССИЙСКОГО ОПЫТА

***Аннотация:** статья посвящена проблеме отсутствия четкого определения мультимедийного продукта и сложности определения его назначения.*

***Ключевые слова:** мультимедийный продукт, технологии, авторские права.*

На сегодняшний день, в связи с развитием компьютерных технологий и результатов интеллектуальной деятельности, можно выделить мультимедийные продукты. Новые технологии вошедшие в эти продукты, такие как интернет-сайты, виртуальные экскурсии, игры, библиотеки стали результатом компьютеризации и успешно вошли в нашу жизнь, без которых современный человек не может обойтись.

Регулирование отношений в сфере мультимедийных продуктов имеют ряд сложностей, которые непременно связаны с многообразием их видов. В России мультимедийные продукты охраняются гражданско-правовыми нормами.

Так как легальное определение мультимедийного продукта отсутствует в законодательстве, то возник спор по поводу конкретного определения данного термина. Некоторые авторы считают, что данное понятие является неточным, так как термин продукт используется в отношении вещей, тогда мультимедийный продукт является результатом интеллектуальной деятельности, который не зависит от материального носителя.

Понятие мультимедийный продукт содержится в ст. 1240 Гражданского кодекса РФ. Стоит отметить, что данная категория не применяется на практике, из-за того, что правовой режим мультимедийного продукта до конца не определен, возникает множество вопросов: что представляет собой этот объект, как реализуется это механизм и кто является автором этого продукта.

К признакам мультимедийного продукта, как объекта Гражданского права можно отнести: 1) то, что он является совокупностью результатов интеллектуальной деятельности; 2) электронная форма; 3) то, что он функционирует с помощью компьютерных устройств в процессе взаимодействия с пользователем.

Так как автор составного произведения обладает комплексом прав на подобранный или составленный им материал. В странах англо-американской системы авторского права мультимедийные продукты относятся к категории аудиовизуального произведения к примеру Соединенные Штаты Америки, или же трактуются через понятие «фильм».

Однако стоит отметить, что судебная практика Франции полностью отвергает данную точку зрения, и считает, что мультимедийный продукт не относится к аудиовизуальным произведениям, так как данный объект не является произведением, которое состоит из последовательности движущихся изображений, в связи с особой ролью пользователя в его функционировании (ст. L112–2 Кодекса об интеллектуальной собственности Франции).

Определяя правовой режим мультимедийного продукта по российскому праву, необходимо принимать внимание зарубежный опыт.

Можно с уверенностью утверждать, что, так как термин «мультимедийный продукт» до сих пор законодательно не закреплён, правовая квалификация данного вида объекта представляет собой достаточно сложную задачу. Нельзя применить к продуктам мультимедиа какой-то из установленных законом режимов произведений, так как здесь будут переплетаться нормы: программ для ЭВМ, сложных объектов, аудиовизуальных произведений.

В статье 1259 Гражданского кодекса РФ объекты авторского права определены как произведения литературы, науки и искусства, независимо от

назначения, достоинств, и способа выражения произведения. При этом стоит отметить, что введение в часть четвертую Гражданского кодекса РФ термина «объекты авторских прав», вместо ранее использовавшего термина «объекты авторского права» является весьма удачным. Это подчёркивает как множественность признаваемых на произведения литературы, науки и искусства субъективных авторских прав (личных неимущественных прав и исключительного права), так и объектов авторского права в объективном смысле.

По нашему мнению, мультимедийный продукт можно рассматривать как объект авторских прав, однако в целях грамотного регулирования авторских прав на отдельные сложные объекты, необходимо внести изменения в Гражданский кодекс РФ.

Список литературы

1. Гражданский кодекс Российской Федерации (часть четвертая) от 18.12.2006 №230-ФЗ (ред. от 01.07.2017) // Российская газета. – 2006. – №289.
2. Котенко Е.С. Авторские права на мультимедийный продукт. – М.: Московский государственный юридический университет О.Е. Кутафина, 2015.
3. Лебедь В.В. Правовой режим мультимедийных продуктов в России и Франции // Право и информация: вопросы теории и практики. – 2015.
4. Авторские права на мультимедийные продукты: анализ зарубежного и российского опыта [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.scienceforum.ru/2018/pdf/548.pdf> (дата обращения: 21.05.2018).