

АВТОРСКОЕ ПРАВО И СМЕЖНЫЕ ПРАВА



ISSN 0201-7059

И ИНТЕЛЛЕКТУАЛЬНАЯ
СОБСТВЕННОСТЬ

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

№ 2 / 2020
февраль



23/ Правовая природа
шахматной партии

5/ Право

51/ Интернет и право

23/ Объекты авторского
права

59/ Служебные
произведения

Оформите подписку на **2020** год! Подробнее – на www.superpressa.ru

Путин и Крым. Использование изображений известных личностей: некоторые аспекты юридической практики

А. Арутюнян

(г. Миасс)

legal_affairs@mail.ru



С. Гаврюшкин

(г. Миасс)

info@patent-law.ru



Все чаще в современном мире привлечение внимания потенциального потребителя к товару, работе или услуге происходит с помощью стандартного маркетингового хода – использования в рекламе изображений известных личностей: художников, актеров, исторических личностей, политиков и др. В связи с этим на практике возникает вопрос: а нужно ли получать согласие гражданина на использование его изображения, если он – публичная персона? Возникает ли право использования изображения гражданина без согласия в случае его смерти? В силу специфики указанных правоотношений законодательство Российской Федерации особым образом регулирует вопросы, связанные с использованием изображений

Using images of celebrities, such as artists, actors, historical persons, politicians etc. is increasingly frequently used in marketing in order to draw the potential consumer's attention to certain goods, jobs or services. Does one need consent of a person to use his/her image if the person in question is a public person? Can an individual's image be used after his/her death? Due to certain specifics, Russian law pays particular attention to issues involving images of celebrities and other popular people. The article by A. Arutyunyan, lawyer at the Chelyabinsk Region Chamber of Lawyers, and S. Gavryushkin, managing partner of Gavryushkin and Partners law firm, review the Russian law regulating this sphere,

известных личностей. В статье адвоката Адвокатской палаты Челябинской области А. А. Арутюнян и управляющего партнера Юридической компании «Гаврюшкин и партнеры» С.Н. Гаврюшкина подробно анализируется российское регулирование данного вопроса, приводится имеющаяся на сегодняшний день судебная практика, а также предлагаются практические рекомендации минимизации ответственности при использовании изображений известных личностей в предпринимательской деятельности.

Ключевые слова:

изображение гражданина, известная личность, публичная персона, фотографическое произведение, пародия, карикатура, Владимир Путин, Крым, президент, охрана изображения гражданина.

Введение

В современной доктрине гражданского права выделяют и противопоставляют друг другу институты личных неимущественных прав (среди которых право на изображение, авторство, имя) и имущественных прав (например, исключительные права на фотографическое произведение). В качестве отличительных признаков личных неимущественных прав можно выделить их тесную и неразрывную связь с личностью, невозможность отчуждения ни в рамках сделки, ни в порядке универсального правопреемства.

Между тем экономические реалии современности таковы, что имя, изображение, внешность, имидж фактически превратились в актив, при этом за возможность связать этот актив в сознании широких масс потребителей с тем или иным брендом или товаром производители и правообладатели готовы платить, и порой весьма щедро. Как следствие, происходит беспрецедентная коммерциализация личности. Причем, разумеется, этот феномен не ограничивается «звездами»: речь идет о съемках неизвестных актеров в рекламе, об использовании фотографий моделей для оформления витрин и пе-

provide applicable legal precedents and offer some recommendations to minimize potential liability for the use of celebrities' images in business activities.

Keywords:

person's image, celebrity, public person, work of photography, parody, caricature, Vladimir Putin, Crimea, president, protection of a person's image.

чати рекламной продукции, наконец, о размещении отзывов клиентов и фотографий «до» и «после» на сайтах клиник или использовании социальными сетями пользовательских данных (включая имена и фотографии) для таргетированной рекламы [6, с. 27].

Аналогичная ситуация наблюдается и за границей. Например, в законодательстве Великобритании используется термин *business name*, т. е. название фирмы, как правило, имеет известность по имени или изображению его владельца.

Сами изображения в случае их фиксации, например, на фотографии, становятся самостоятельным объектом авторского права. В связи с этим при использовании изображений известных личностей нужно выделять два самостоятельных объекта права, подлежащих защите: само по себе изображение как объект личных неимущественных прав и фотографическое произведение, на котором данное физическое лицо запечатлено, как объект авторского права.

При этом следует отметить, что правами на изображение наделен непосредственно сам гражда-



© www.istockphoto.com/IPGGutenbergUKLtd

нин, а фотографическое произведение, на котором он зафиксирован, может принадлежать иному лицу. В связи с этим довольно часто предметом судебных разбирательств становятся споры о законности использования изображений граждан, в том числе и известных личностей, когда отсутствует их согласие на такое использование. Именно поэтому в законодательстве Российской Федерации особым образом регулируются вопросы, связанные с использованием изображений физических лиц.

Изображение гражданина

Гражданский кодекс Российской Федерации, часть первая от 30 ноября 1994 года № 51-ФЗ и часть четвертая от 18 декабря 2006 года № 230-ФЗ (далее – ГК РФ), в качестве двух самостоятельных объектов, подлежащих защите, выделяет само по себе изображение гражданина и фотографию, на которой он изображен, при этом порядок использования каждого из этих объектов права различен (статьи 152.1 и 1225) [1, 2].

Так, в соответствии с пунктом 1 статьи 152.1 ГК РФ обнародование и дальнейшее использование изображения гражданина (в том числе его фотографии, а также видеозаписи или произведения изобразительного искусства, в которых он изображен) допускаются только с согласия этого гражданина. После его смерти изображение может использоваться только с согласия его законных представителей, к которым принадлежат супруги, дети, родители.

В случае же смерти гражданина, смерти или отсутствия всех перечисленных законных представителей какого-либо согласия для обнародования и дальнейшего использования изображения данного гражданина не требуется.

Под обнародованием изображения принято понимать действие, которое впервые делает данное изображение доступным для всеобщего сведения путем его опубликования, публичного показа или любым другим способом, в том числе путем разме-

щения его в Интернете. Тот факт, что человек сам разместил свое фото в сети Интернет, сам по себе не дает иным лицам права на свободное использование такого изображения без получения согласия изображенного лица. Впрочем, многое зависит от того, что сказано в пользовательском соглашении сайта: обстоятельства размещения гражданином своего изображения в Интернете могут свидетельствовать о выражении таким лицом согласия на дальнейшее использование данного изображения [7, с. 119].

Публичность граждан, исходя из равенства всех перед законом, не влияет на подход судов при решении вопросов о правах, обязанностях и ответственности, закрепленных в нормативных правовых актах

Как отмечает законодатель в пункте 1 статьи 152.1 ГК РФ, согласие гражданина не требуется в случаях, когда:

- 1) использование изображения осуществляется в государственных, общественных или иных публичных интересах;
- 2) изображение гражданина получено при съемке, которая проводится в местах, открытых для свободного посещения, или на публичных мероприятиях (собраниях, съездах, конференциях, концертах, представлениях, спортивных соревнованиях и подобных мероприятиях), за исключением случаев, когда такое изображение является основным объектом использования;
- 3) гражданин позировал за плату.

Таким образом, из анализа вышеуказанных правовых положений следует, что без согласия гражданина обнародование и использование его изображения допустимы в силу подпункта 1 пункта 1 статьи 152.1 ГК РФ, то есть когда имеет место публичный интерес: в частности, если такой гражданин является публичной фигурой (занимает

государственную или муниципальную должность, играет существенную роль в общественной жизни в сфере политики, экономики, искусства, спорта или любой иной области), а обнародование и использование изображения осуществляются в связи с политической или общественной дискуссией или интерес к данному лицу является общественно значимым.

Согласно пункту 25 постановления Пленума Верховного Суда Российской Федерации от 15 июня 2010 года № 16 «О практике применения судами Закона Российской Федерации «О средствах массовой информации» [8] к общественным интересам следует относить не любой интерес, проявляемый аудиторией, а например, потребность общества в обнаружении и раскрытии угрозы демократическому правовому государству и гражданскому обществу, общественной безопасности, окружающей среде.

К таким интересам, к примеру, относится информация, связанная с исполнением своих функций должностными лицами и общественными деятелями. Соответственно, сообщение подробностей частной жизни лица, не занимающегося какой-либо публичной деятельностью, под данное исключение не подпадает. Вместе с тем согласие необходимо, если единственной целью обнародования и использования изображения лица является удовлетворение обывательского интереса к его частной жизни либо извлечение прибыли. Ввиду этого следует учитывать, что публичность граждан, исходя из равенства всех перед законом, не влияет на подход судов при решении вопросов о правах, обязанностях и ответственности, закрепленных в нормативных правовых актах.

Весьма немаловажными являются выводы Московского городского суда, который отметил, что удовлетворение любопытства читателей в отношении подробностей частной жизни граждан не может считаться общественным или иным публичным интересом, несмотря на то, что гражданин является хорошо известной и популярной личностью. Действующее законодательство не предусматривает освобождение ответчиков от ответственности за нарушение порядка сбора и распространения сведений о личной жизни граждан по принципу общеизвест-



© www.istockphoto.com/metamorworks

ности лица¹, поскольку из статьи 152.1 ГК РФ также не следует, что публичность профессии гражданина сама по себе является основанием для использования изображения гражданина другими лицами без согласия изображенного, такой случай в статье 152.1 ГК РФ не указан².

Таким образом, из положений отечественного законодательства – статьи 152.1 ГК РФ и судебной практики следует, что запрет на использование изображения гражданина без его согласия носит абсолютный характер. Законом не предусмотрены изъятия в части правовой охраны изображений каких-либо отдельных категорий граждан, в связи с чем установленные им правила действуют, в том числе и в отношении граждан, имеющих публичный статус [9, с. 165].

В случае, когда изображение гражданина использовано в нарушение требований закона, изготовленные в целях введения в гражданский оборот, а также находящиеся в обороте экземпляры материальных носителей, содержащих изображение гражданина, подлежат изъятию из оборота и уничтожению без какой бы то ни было компенсации.

Если изображение гражданина распространено в сети Интернет, гражданин вправе требовать удаления этого изображения, а также пресечения или запрещения дальнейшего его распространения.

Наряду с этим гражданин или его законные представители вправе требовать присуждения компенсации морального вреда.

¹ См.: Апелляционное определение Московского городского суда от 22 мая 2015 года № 33-17432/2015; Апелляционное определение Московского городского суда от 02 августа 2013 года по делу № 11-19242; Апелляционное определение Московского городского суда от 28 января 2013 года № 11-1126; Определение Московского городского суда от 25 мая 2018 года по делу № 4г-4005/2018.

² См.: Апелляционное определение Московского городского суда от 06 сентября 2013 года по делу № 11-28616.

Таким образом, на основании вышеизложенного можно сделать вывод о том, что вне зависимости от того, является личность известной или нет³, необходимо ее согласие на использование изображения. Если гражданин умер, согласие нужно получать у его законных представителей. В случае если законных представителей нет в живых, то согласия получать не требуется. Поэтому чем старше известная личность, чье изображение планируется использовать, тем меньше риски того, что ее законные представители (супруг или супруга, родители или дети) будут предъявлять какие-либо претензии.

Можно сделать вывод о том, что вне зависимости от того, является личность известной или нет, необходимо ее согласие на использование изображения

Таким образом, если в рекламе будет использовано изображение, например, Мэрилин Монро или Сальвадора Дали, никаких рисков по отечественному законодательству в части незаконного использования изображения гражданина не будет, поскольку сами известные личности и их законные представители уже давно умерли. Соответственно, чем моложе известная личность, тем осторожнее нужно быть с использованием ее изображения.

Изображение гражданина, зафиксированное в фотографическом произведении

Поскольку образ человека квалифицируется как составная часть его персональных данных, его фиксация без согласия обладателя не разрешена. Однако, будучи зафиксированным, сам образ становится самостоятельным объектом права – изображением [10, с. 172], а фотографическое произведение, на котором зафиксировано данное изображение – объектом авторского права.

Отдельно необходимо отметить следующее. Поскольку произведения искусства (произведения живописи, графики, дизайна, а также фотографии) являются объектами авторских прав, для их использования необходимо получение согласия автора и/или иного правообладателя согласно статьям 1225, 1226, пункту 1 статьи 1229, пункту 1 статьи 1259 ГК РФ.

Таким образом, если на фотографии имеется изображение гражданина, то право на свободное использование такого произведения может осуществляться, в том числе не только при соблюдении положений части четвертой ГК РФ, но и при условии соблюдения установленного статьей 152.1 части четвертой ГК РФ права на охрану изображения гражданина [10, с. 172]. Причем следует отметить, что за незаконное использование фотографического произведения без согласия его автора и/или иного правообладателя предусмотрена ответственность в соответствии с положениями статей 1252, 1253 и 1301 ГК РФ, а также статьи 7.12 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях от 30 декабря 2001 года № 195-ФЗ [3] и статьи 146 Уголовного кодекса Российской Федерации от 13 июня 1996 года № 63-ФЗ [4].

При использовании изображения гражданина, зафиксированного в фотографическом произведении, нужно учесть следующее. В случае с давно умершими известными личностями перспектива стать ответчиком по иску о незаконном использовании изображения практически сведена к нулю, но претензии все же могут быть с точки зрения нарушения интеллектуальных прав, так как автором и/или иным правообладателем фотографического произведения может являться не сам гражданин или его законные представители, а иные лица.

Следует отметить, что особую сложность вызывает также то обстоятельство, что на таком фотографическом произведении не обязательно может быть указан его автор и/или иной правообладатель, однако это не освободит потенциального нарушителя от ответственности за незаконное использование объекта авторского права.

³ Действующее законодательство Российской Федерации вообще не содержит такого понятия, как «известная личность».



© www.istockphoto.com/Lord_Kuernyus

Как же можно выйти из этой неоднозначной ситуации, если необходимо использовать изображение гражданина, не нарушая ничьих прав?

Обратимся к пункту 4 статьи 1274 ГК РФ, в котором указано следующее: создание произведения в жанре литературной, музыкальной или иной пародии либо в жанре карикатуры на основе другого (оригинального) правомерно обнародованного произведения и использование этих пародий либо карикатуры допускаются без согласия автора или иного обладателя исключительного права на оригинальное произведение и без выплаты ему вознаграждения.

Таким образом, Гражданский кодекс разрешает создавать и использовать пародии и карикатуры на другие произведения без согласия правообладателя и без выплаты ему вознаграждения. Имеется в виду случай переработки произведения, когда создается особый его вариант, показывающий произведение в комичном виде. Автор оригинального произведения не может запрещать создание пародии

на том основании, что меняется текст произведения и, возможно, наносится определенный ущерб репутации этого лица. Создание и использование пародии или карикатуры на чужое произведение требует соблюдения только одного условия: оригинальное произведение должно быть обнародовано с согласия автора. Ни объем использования, ни вид пародии законом не ограничиваются [11, с. 334]. Если же пародия или карикатура порочат честь, достоинство или деловую репутацию автора оригинального произведения, то он вправе защищать их в соответствии со статьей 152 ГК РФ [12, с. 293].

Использование изображения Президента Российской Федерации

Отдельный интерес вызывает вопрос о правомерности использования изображения Президента Российской Федерации Владимира Владимировича Путина. Не секрет, что изображения Президента используются предпринимателями в различной суве-

нирной продукции, а также при производстве товаров, активно распространяемых как на территории Российской Федерации, так и за рубежом.

Авторы настоящей статьи полагают, что анализ статьи 152.1 ГК РФ не делает каких-либо исключений относительно Президента: с точки зрения законодательства согласие Владимира Владимировича на использование его изображения получать нужно.

Особый интерес вызывают случаи использования изображения Президента Российской Федерации на коллекционных монетах

Однако если изображение получено с официального сайта Президента (www.kremlin.ru), то отдельного согласия на использование такого изображения получать не требуется, так как в разделе «Об использовании информации сайта» отмечено, что все материалы сайта Президента России могут быть воспроизведены в любых средствах массовой информации, на серверах сети Интернет или на любых иных носителях без каких-либо ограничений по объему и срокам публикации. Это разрешение в равной степени распространяется на газеты, журналы, радиостанции, телеканалы, сайты и страницы сети Интернет. Единственным условием перепечатки и ретрансляции является ссылка на первоисточник. Никакого предварительного согласия на перепечатку со стороны Управления пресс-службы и информации Президента России не требуется. Все материалы сайта доступны по лицензии Creative Commons Attribution 4.0 International. Однако данные правила использования материалов сайта не распространяются на фотографии РИА Новости, правообладателем которых является МИА «Россия сегодня», а также фотографии, правообладателем которых является информационное агентство ТАСС, размещенные

на сайте www.kremlin.ru с указанием названия агентства и автора.

Если же изображение Президента получено из иных источников, правомерность его использования может быть оправдана целью обнародования, а также обстоятельствами, при которых данное изображение было создано.

В случае если изображения Президента, полученные с сайта www.kremlin.ru и из иных источников, предполагается использовать в рекламе, дополнительно следует учесть разъяснения, содержащиеся в пункте 2 части 5 статьи 5 Федерального закона от 13 марта 2006 г. № 38-ФЗ «О рекламе» [5], устанавливающие запрет указания в рекламе на то, что объект рекламирования одобряется органами государственной власти или органами местного самоуправления либо их должностными лицами. Поэтому размещение рекламы с использованием изображения Президента может быть расценено как некое одобрение объектов рекламы со стороны главы государства.

Вместе с тем запретить использование своего изображения может только сам Президент, однако в настоящее время нет такого прецедента, когда политик пытался бы защитить свои права в суде или иных компетентных органах. В связи с этим на практике ответственность за использование изображения Президента может наступить только в случае использования его изображения в рекламе, поскольку антимонопольный орган в силу прямого указания закона наделен полномочиями возбуждать и рассматривать дела о нарушении антимонопольного законодательства даже при отсутствии обращения потерпевшего.

Так, например, антимонопольная служба Красноярска признала незаконной рекламу с использованием образа Президента России Владимира Путина. Объектом рассмотрения экспертного совета при УФАС стала жалоба на рекламный буклет кафе Mr BBQ, в котором глава государства просит заказать ему «грудку и морсика». Рассмотрев буклет, борцы с монополиями нашли в нем нарушение пункта 2 части 5 статьи 5 Федерального закона от 13 марта 2006 г. № 38-ФЗ⁴.

⁴ Управление Федеральной антимонопольной службы по Красноярскому краю: «Красноярский УФАС запретил Путина» [Электронный ресурс] // URL: <http://krsk.fas.gov.ru/publications/13643> (дата обращения 27.01.2019).

Особый интерес вызывают также случаи использования изображения Президента Российской Федерации на коллекционных монетах.

Так, оружейная фабрика из Златоуста (Челябинская область) ООО «АРТ-Грани» уже 15 лет отображает на благородном металле великие даты,

события и современных героев. В честь присоединения Крыма к России мастера выпустили серию памятных монет «Крым-2014» весом 1 килограмм и размером с ладонь, состоящую из 25 серебряных и позолоченных монет. На аверсе каждой из монет изображен барельеф президента России Владимира Путина.



Коллекционная монета из серии «Крым-2014»

Авторы настоящей статьи полагают, что использование изображения Президента Российской Федерации в данном случае является абсолютно законным вне зависимости от того, с сайта Президента или иного источника взято его изображение, поскольку использование изображения главы государства в конкретном случае производится с целью популяризации Президента и обусловлено общественным интересом, направленным на обсуждение вопроса, касающегося присоединения Крыма к России.

Заключение

На основании вышеизложенного можно сделать вывод о том, что вне зависимости от того, является личность публичной или нет, от нее необходимо получить согласие на использование изображения. Если гражданин умер, требуется получить согласие у его законных представителей. Чтобы свести риски на нет, допустимо использовать изображения давно

умерших публичных личностей, поскольку законных представителей у них не осталось.

С учетом того, что изображение гражданина при фиксации на материальный носитель становится самостоятельным объектом авторского права, для законного использования такого объекта следует получить также согласие автора и/или иного правообладателя.

Во избежание ответственности за использование результата чужой интеллектуальной деятельности можно создать пародию или карикатуру.

Использование изображения Президента Российской Федерации допустимо без получения на то его согласия и какой бы то ни было ответственности при условии использования изображений, полученных с официального сайта www.kremlin.ru (за исключением фотографий сторонних правообладателей), с целью популяризации деятельности Президента и государства. ■

ЛИТЕРАТУРА:

1. Гражданский кодекс Российской Федерации (часть первая) от 30 ноября 1994 года № 51-ФЗ // Собрание законодательства Российской Федерации, 5 декабря 1994 года, № 32, ст. 3301.
2. Гражданский кодекс Российской Федерации (часть четвертая) от 18 декабря 2006 года № 230-ФЗ // Парламентская газета, № 214-215, 21 декабря 2006 года.
3. Кодекс Российской Федерации об административных правонарушениях от 30 декабря 2001 года № 195-ФЗ // Российская газета, № 256, 31 декабря 2001 года.
4. Уголовный кодекс Российской Федерации от 13 июня 1996 года № 63-ФЗ // Собрание законодательства Российской Федерации, 17 июня 1996 года, № 25, ст. 2954.
5. Федеральный закон от 13 марта 2006 г. № 38-ФЗ «О рекламе» // Российская газета, № 51, 15 марта 2006 г.
6. Беляева К.К. Распоряжение правом на изображение в Российской Федерации и за рубежом // Вестник гражданского права. – 2019. – № 2. – С. 27–60.
7. Тарасенкова А.Н. Интернет: правовые аспекты безопасного использования. – М.: Редакция «Российской газеты», 2017. – Вып. 2. – 160 с.
8. Постановление Пленума Верховного Суда Российской Федерации от 15 июня 2010 года № 16 «О практике применения судами Закона Российской Федерации «О средствах массовой информации» // Российская газета, № 132, 18 июня 2010 года.
9. Бычков А.И. Индустрия гостеприимства в России. – М.: «Инфотропик Медиа», 2017. – 420 с.
10. Шебанова Н.А. «Модное» право: монография. – М.: «Норма», «Инфра-М», 2018. –176 с.
11. Комментарий к Гражданскому кодексу Российской Федерации (части четвертой): в 2 т. (постатейный) / С.А. Горленко, В.О. Калятин, Л.Л. Кирий и др.; отв. ред. Л.А. Трахтенгерц. 2-е изд. – М.: «Инфра-М», 2016. – Т. 1. – 485 с.
12. Право интеллектуальной собственности: Учебник / Е.С. Гринь, В.О. Калятин, С.В. Михайлов и др.; под общ. ред. Л.А. Новоселовой. – М.: «Статут», 2017. – Т. 2: Авторское право. – 367 с.