

ПОДКАСТИНГ КАК ОБЪЕКТ ИНТЕЛЛЕКТУАЛЬНОЙ СОБСТВЕННОСТИ

КУЛИКОВ Артем Дмитриевич

студент 4 курса Института правоохранительной деятельности

Научный руководитель:

КРЫЛОВА Екатерина Владимировна

старший преподаватель кафедры гражданского права

ФГБОУ ВО «Саратовская государственная юридическая академия»

г. Саратов, Россия

В данной статье затрагивается проблема отнесения явления «подкастинг» к объектам интеллектуальной собственности. Проанализированы история возникновения и развития данного явления, а также существенные плюсы такого явления. Также установлены подходы к правовой природе подкаста и выборе соответствующего правового режима для его охраны.

Ключевые слова: подкастинг, объект интеллектуальной собственности, правовое регулирование.

С о скоростным развитием передовых информационных и компьютерных технологий развивается сфера интернет-пространства. Ввиду этого общество разделяется на две большие группы: те, которое потребляют контент и те, которые его производят.

Если проанализировать статистику воспроизводимого контента по его виду в зависимости от временного промежутка, то можно сделать очевидный вывод: аудио и видео контент постепенно вытесняет другие его виды [7]. Это связано прежде всего с нейробиологическими закономерностями, которые отвечают за восприятие и запоминание такого рода информации. Исходя из статистики можно получить и другие фактические данные, свидетельствующие о цифровизации современного общества. В нашей стране, например, суммарное количество пользователей интернета в 2020 г. достигло целых 81% [7].

Как явление «подкастинг» возникло в 2004 г., с появлением возможности отправлять аудиофайлы на устройство «iPod» от компании Apple. Эта новинка была широко растиражирована в обществе и получила массу положительных откликов.

Грант Хеннингер, популярный веб-блогер из Калифорнии, является одним из первооткрывателей в этой области. Он начал записывать собственные пятиминутные радишоу для своего сайта: «Я планировал сделать шоу, а не просто случайные мысли – чтобы показать, что это вполне возможно», – говорит он [10].

Современные исследования интернета

демонстрируют, что подкастинг занял свою нишу в наполнении цифрового пространства информацией. Согласно проведенному опросу ВЦИОМа, каждый пятый россиянин слушает подкасты [3], при этом другое исследование указывает, что периодичность их прослушивания составляет 2-3 раза в неделю [6]. Такие статистические данные демонстрируют высокую актуальность выбранной темы.

Популярность подкастинга можно обосновать, указав существенные плюсы создания и использования такого вида контента.

Первое очевидное преимущество это доступность. Потенциальный пользователь имеет возможность воспроизвести подкаст в любой удобный ему промежуток времени, почти на любом гаджете при этом зачастую не отрываясь от какой-либо другой деятельности. Вторым достоинством является свобода выбора формата, содержания и длительности подкаста, а также широкий тематический диапазон, начиная от новостей в сфере политики и экономики заканчивая психологией отношений и робототехникой.

Указанные преимущества имели весомую значимость именно для пользователей, то есть для потенциальных потребителей контента. Для создателей, подкаст, как вид контента, является более предпочтительным относительно простой создания и распространения в цифровом пространстве.

Ввиду всего вышесказанного следует закономерный вопрос. Считается ли подкаст объектом интеллектуальной собственности и

если ответ утвердительный, то существуют ли способы его охраны наравне с другими объектами творческой деятельности.

К сожалению, законодатель не даёт легального определения подкасту, вследствие чего и возникают споры относительно применения правил об интеллектуальной собственности. Рассматривая признаки и свойства данного вида цифрового контента можно установить и сопоставить их с указанными в п. 1 статьи 1263 ГК РФ, тем самым приравняв подкаст к аудиовизуальному произведению [2].

Суд по интеллектуальным правам в своем решении от 30.01.2017 по делу № А40-14248/2016 выносит ряд требований, которыми должны обладать подобного рода объекты, а именно: 1) состоять из зафиксированной серии связанных между собой изображений; 2) быть как сопровождением, так и без сопровождения звуком; 3) восприниматься с помощью соответствующих технических устройств зрительно, а при наличии звукового сопровождения – на слух; 4) восприниматься как сложный объект; 5) быть созданными творческим трудом авторов [4].

Стоит отметить, что для целей данной статьи автор исходит из понятия подкаста, как исключительно аудиоконтента, то есть информации, воспринимаемой пользователем посредством органов слуха. Именно поэтому отнесение подкаста к вышеуказанной категории аудиовизуального воспроизведения достаточно спорно.

Ассоциированный член Кафедры ЮНЕСКО по авторскому праву, смежным, культурным и информационным правам НИУ ВШЭ В.Л. Энтин соотносит подкасты с цифровой записью радио или телепрограммы, скачиваемой из интернета, т. е. радио, ТВ и интернет-вещание [9, с. 167]. Этот подход небезоснователен поскольку большинство современных подкастов выходит по установленному расписанию и уведомляет об этом пользователей, которые подписаны на соответствующего создателя. Однако всё же подкастинг нельзя приравнять к разновидности вещания, поскольку субъект в данном случае всегда должна быть организация кабельного и эфирного вещания. Это явно противоречит свойству доступности, согласно

которому создателем подкаста может быть как юридическое, так и физическое лицо без каких-либо ограничений.

По мнению автора, подкаст относится к сложному объекту и для отнесения его к какому-либо правовому режиму охраны интеллектуальной собственности, требуется определение элементов, составляющих данный объект.

Подкаст как аудиофайл может содержать: запись голоса автора или голоса иных участвующих лиц, отрывки музыки, а также иная информация, выраженная с помощью звука. О вышеуказанной «сложности» объекта свидетельствует разнородность содержания подкаста, поскольку зачастую – это синтез различных аудиодорожек. Из этого следует возникновение различного рода проблем у создателей подкастов, связанных с использованием результатов интеллектуальной деятельности других авторов.

Рассматривая содержание подкаста, можно установить, что автор в процессе подготовки к его созданию вырабатывает некий текст, который может быть написан и озвучен в подкасте дословно либо частично. В связи с этим возникает справедливый вопрос: может ли данный текст считаться литературным произведением и охраняться соответствующим образом?

С точки зрения Гражданского Кодекса, а именно статьи 1259, не являются объектами авторских прав сообщения о событиях и фактах, имеющие исключительно информационный характер (сообщения о новостях дня, программы телепередач, расписания движения транспортных средств и тому подобное).

В соответствии с разъяснениями, данными в пункте 28 Постановления Пленума Верховного Суда Российской Федерации № 5, Пленума Высшего Арбитражного Суда Российской Федерации № 29 от 26.03.2009 «О некоторых вопросах, возникших в связи с введением в действие части четвертой Гражданского кодекса Российской Федерации» при анализе вопроса о том, является ли конкретный результат объектом авторского права, судам следует учитывать, что по смыслу статей 1228, 1257 и 1259 Гражданского кодекса Российской Федерации в их взаимосвязи таковым является только тот результат, который создан творческим трудом. При этом

надлежит иметь в виду, что пока не доказано иное, результаты интеллектуальной деятельности предполагаются созданными творческим трудом [5]. Учитывая данную позицию суда, можно сделать вывод о том, что в Российской Федерации действует презумпция творческого характера произведения, о которой упоминает и кандидат юридических наук Н.В. Бузова [1, с. 14].

Возвращаясь к тезису о признании текста подкаста литературным произведением, можно однозначно ответить, что в каждом конкретном случае при судебном разбирательстве суд будет учитывать степень переработки и индивидуализации текста.

Нередки случаи включения в подкаст речи и повествования различных приглашенных гостей, которые могут выполнять активную роль в его создании. В такой ситуации перед автором возникает проблема принадлежности прав на весь контент произнесенного гостем в подкасте.

Решением данной проблемы, по мнению автора, может послужить заблаговременное заключение письменного соглашения между создателем и приглашенным гостем. Данное соглашение может содержать следующие типовые положения: имеет ли право создатель изменять контент, как и в каких целях он имеет право его использовать, и что самое главное: соглашается ли гость с неограниченным правом на использование, трансляцию и публикацию созданного во время интервью контента, а также подтверждает ли он принадлежность контента создателю на иные исключительные права.

На сегодняшний день существует достаточно широкий круг платформ, ориентированных на предоставлении неопределенному кругу лиц доступа к подкастам таких как: Apple Podcasts, Google Podcasts, Яндекс.Музыка, ВКонтакте и другие.

Говоря о таких крупных подкаст-сервисах, возникает вопрос относительно предоставления прав на использование платформой результатов интеллектуальной деятельности создателя.

В случае, когда подкаст создан самостоятельно автором, сервис обязан заключить лицензионный договор, по которому он получает право на его использование в целях публи-

кации и распространения. Зачастую такой договор заключается путём проставления «галочки» в поле «Я согласен с правилами размещения и принимаю условия оферты».

Наглядным примером является платформа «Яндекс.Медиасервисы», которая заключает с правообладателем контента лицензионный договор в момент опубликования подкаста. В условиях использования данного сервиса в пункте 2.5 указывается, что «размещая на Сервисе Пользовательские материалы, Пользователь автоматически безвозмездно, безусловно и безотзывно предоставляет компании Яндекс неисключительное право на использование Пользовательских материалов на территории всего мира на срок размещения Пользовательских материалов на Сервисе, в том числе не ограничиваясь, на воспроизведение, копирование, подбор, систематизацию, преобразование, изменение, редактирование, перевод, опубликование, доведение до всеобщего сведения, распространение Пользовательских материалов (частично или полностью) любыми законными способами. Также Яндекс имеют право использовать соответствующие Пользовательские материалы как с указанием имени автора таких Пользовательских Материалов, так и без указания имени автора. Яндекс и ООО «ЯНДЕКС» вправе передавать права, указанные в настоящем пункте третьим лицам» [8].

Суммируя все вышеизложенное следует привести авторскую позицию относительно правового положения подкастинга как нового высокотехнологичного течения в мире цифрового контента. Считаем, что данное явление должно охраняться как сложный объект гражданско-правовых отношений. Представляется, что в отсутствие законодательного определения подкастинга допустимо использование статьи 1263 ГК РФ, поскольку по своей сущности подкаст не выходит за рамки, очерченные указанной нормой. Вместе с тем введение в текст Гражданского кодекса нормы, детализирующей подобного рода цифровые объекты могло бы сузить количество коллизий и, что самое главное, способствовало бы единообразному применению на практике.

В заключение хотелось бы отметить, что с каждым десятилетием развития информационных технологий все более совершен-

ствуются способы создания информации. Именно поэтому любая творческая, интеллектуальная собственность должна охраняться соответствующим образом наравне с другими её видами. Подкасты, как объект интеллектуальной собственности, не являются исключением. Государство должно

гарантировать создателям контента возможности комплексной правовой защиты результатов своей интеллектуальной деятельности. Только в таких условиях авторы будут мотивированы на создание оригинального, уникального контента, который будет приносить пользу обществу.

ЛИТЕРАТУРА

1. Бузова Н.В. Подкасты интеллектуальная собственность // Труды по интеллектуальной собственности (Works on Intellectual Property). 2021. Т. 38, № 3. С. 11-16. – URL:<https://doi.org/10.17323/tis.2021.13238> (дата обращения: 13.11.2022).
2. Гражданский кодекс Российской Федерации (часть четвертая) от 24.11.2006 № 318-ФЗ (ред. от 11.06.2021) [Электронный ресурс] // Справочная правовая система «Консультант плюс».
3. Каждый пятый россиянин слушает подкасты, показал опрос ВЦИОМ – URL:<https://ria.ru/20200213/1564631978.html> (дата обращения: 13.11.2022).
4. Постановление Суда по интеллектуальным правам от 30.01.2017 №С01–1029/2016 по делу № А40–14248/2016 – URL:<https://www.garant.ru/products/ipo/prime/doc/71504402/> (дата обращения: 13.11.2022).
5. Постановление суда по интеллектуальным правам от 6 ноября 2013 г. по делу №А73-14263/2012 – URL:<https://sudact.ru/arbitral/doc/9j8WIIXT5grK/> (дата обращения: 13.11.2022).
6. Российская аудитория подкастов: исследование. – URL:<https://www.cossa.ru/news/305686> (дата обращения: 13.11.2022).
7. Статистика тенденций интернета 2020. – URL:<https://webtend.ru/stati/statistika-tendentsij-interneta-2020> (дата обращения: 13.11.2022).
8. Условия использования сервиса Яндекс Музыка. – URL:https://yandex.ru/legal/music_term-sofuse/ (дата обращения: 13.11.2022).
9. Энтин В.Л. Интеллектуальная собственность в праве Европейского Союза. – М.: Статут, 2018. – 174 с.
10. Online radio is booming thanks to iPods, cheap audio software and weblogs, reports Ben Hammersley – URL:<https://www.theguardian.com/media/2004/feb/12/broadcasting.digitalmedia> (дата обращения: 13.11.2022).