



ПАТЕНТЫ И ЛИЦЕНЗИИ ИНТЕЛЛЕКТУАЛЬНЫЕ ПРАВА

№ 1/2023

Ежемесячный научно-практический журнал
Издается с 1966 г.

Журнал включен в Перечень ВАК
ведущих рецензируемых научных журналов

Главный редактор –
Кузнецова Нина Петровна,
член Союза журналистов России

Редколлегия:

Э.П.Гаврилов – проф. НИУ Высшая школа
экономики, докт. юрид. наук

С.А.Горленко – главный научный сотрудник
ФГБУ ФИПС, канд. юрид. наук

В.О.Калятин – проф. Исследовательского
центра частного права им. С.С. Алексеева,
канд. юрид. наук

Н.Н.Карпова – проф. РАНХиГС, докт. экон. наук

Е.С.Киневская – ответственный секретарь

Л.Л.Кирий – заместитель директора ФИПС

В.И.Мухопад – проф. РГАИС, академик РАЕН,
докт. экон. наук

Е.А.Павлова – начальник отдела
законодательства об интеллектуальных
правах Исследовательского центра частного
права им. С.С.Алексеева, канд. юрид. наук

О.А.Рузакова – проф. Финансового универси-
тета при Правительстве РФ, докт. юрид. наук

А.П.Сергеев – проф. кафедры гражданского
права и процесса НИУ Высшая школа
экономики (Санкт-Петербургский филиал),
докт. юрид. наук

В.Н.Синельникова – проф. НИУ Высшая
школа экономики, докт. юрид. наук

А.А.Амангельды – проф. Евразийской
юридической академии им. Д.А.Кунаева,
докт. юрид. наук (Республика Казахстан)

Подписано в печать 9.12.2022

Выход в свет 28.12.2022

Второй патентный конгресс AIPPI. 24 ноября 2022 г. Российская национальная группа Международной ассоциации по охране промышленной собственности AIPPI провела в ТПП РФ второй патентный конгресс. Партнерами конгресса выступили российские компании – лидеры в сфере интеллектуальной собственности: «Городисский и партнеры», «Патентус», «А.Залесов и партнеры», «ИНТЭЛС», «Евромаркпат». Программа конгресса, прошедшего в очном формате и онлайн, включала вопросы по таким темам как принудительные лицензии, параллельный импорт, тенденции развития судебной практики по спорам о действительности патентов и нарушениях исключительных прав, коммерциализация, патентное право в условиях санкций. На пленарной сессии «Актуальные проблемы патентования в Российской Федерации и мире в 2022 г.» выступили В.Бирюлин – президент российской национальной группы AIPPI, А.Азизян – вице-президент Евразийской патентной организации, Д.Фадеев – председатель совета ТПП РФ по интеллектуальной собственности, А.Христофоров – президент Палаты патентных поверенных. Четыре круглых стола были посвящены проблемам интеллектуальной собственности в IT-сфере, индустрии моды и дизайна в свете интеллектуальной собственности, охране и защите прав на товарные знаки, патентованию изобретений в области фармацевтики. Состоялась панельная дискуссия «Споры о защите интеллектуальной собственности», модератором которой выступил Д.Марканов – вице-президент российской национальной группы AIPPI. Более подробную информацию о мероприятии читайте на с. 36 этого номера журнала.

В номере:

СМЕЖНЫЕ ПРАВА

«Неуловимый» объект
прав вещательных
организаций.

А.Г.Матвеев,
А.В.Устинова 2

Организационные
(продюсерские) права
как самостоятельная
категория интеллекту-
альных прав.

П.А.Макаров 15

ОХРАНА ИНТЕЛЛЕКТУАЛЬНОЙ СОБСТВЕННОСТИ

Механизмы альтерна-
тивного разрешения
патентных споров.

М.О.Дьяконова,
П.Д.Печегина 25

Второй патентный
конгресс AIPPI 36

АВТОРСКОЕ ПРАВО

Осуществление
исключительного права
на производное
произведение.

В.Л.Вольфсон 40

МАРКЕТИНГ, РЕКЛАМА, КОНЪЮНКТУРА

Маркетинговые исследо-
вания в инновационной
деятельности научных
и образовательных
организаций.

И.С.Мухамедшин,
В.В.Шведова 52

СЛОВО АСПИРАНТАМ И СОИСКАТЕЛЯМ

Ограничения и исклю-
чения в системе правовой
охраны интеллектуальной
собственности.

М.Д.Гавриков 58

СТРАНИЦЫ ИСТОРИИ

Эволюция родственных
отраслей монопольного
права: литературная и про-
мышленная собственность.

А.В.Залесов 63

МАРКЕТИНГ, МЕНЕДЖМЕНТ

Таможенный контроль
товаров в условиях
легализации парал-
лельного импорта.

С.А.Агамагомедова 73



ЭВОЛЮЦИЯ РОДСТВЕННЫХ ОТРАСЛЕЙ МОНОПОЛЬНОГО ПРАВА: ЛИТЕРАТУРНАЯ И ПРОМЫШЛЕННАЯ СОБСТВЕННОСТЬ



В статье А.В.Залесова – канд. юрид. наук, адвоката, патентного поверенного (Москва, zalesov@azalesov.com, патентно-правовая фирма «А.Залесов и партнеры»), рассмотрены период становления и развития авторского и патентного права, причины изменения подхода к защите прав авторов произведений и изобретений.

Ключевые слова: авторское право, патентное право, литературная собственность, промышленная собственность, автор, творческий характер.

THE EVOLUTION OF RELATED BRANCHES OF MONOPOLY LAW: LITERARY AND INDUSTRIAL PROPERTY

In the article of A.V.Zalesov, PhD, Lawyer, Patent attorney (Moscow, patent law firm «A.Zalesov & Partners», zalesov@azalesov.com), the period of formation and development of copyright and patent law, the reasons for changing the approach to protecting the rights of authors of works and inventions are considered.

Key words: copyright, patent law, literary property, industrial property, author, creative character.

В период становления механизмов «литературной собственности» как способа правовой охраны литературных произведений не было и никем не признавалось никакого авторского права, как права автора. До XVII века это было право книгопечатника, то есть промышленника определенной отрасли.

Также была весьма незначительная роль изобретателей в праве промышленной собственности (патентном праве) в средние века, ибо привилегия выдавалась промышленнику-заявителю. При этом в период буржу-



азных промышленных революций литературная собственность постепенно превратилась в авторское право, где основным, первоначальным субъектом прав стал автор, в то время как патентное право так и не стало правом изобретателя, а осталось субъективным правом патентовладельца.

Начало становления права промышленной собственности (расширительное наименование патентного права и права товарных знаков «по старому стилю», сохранившееся среди специалистов) обычно относят к

Средним векам. Примерно в те же времена указывают на начало возникновения правовой охраны печатных литературных произведений (чаще всего называется XV в.), когда в странах Европы после изобретения и распространения книгопечатных машин возникла практика выдачи привилегий на монопольное (исключительное) право того или иного книгопечатника на определенное издание.

Привилегии обычно предоставлял монарх или публичные власти в городах-государствах. Выдача привилегий стала обычным и регулярным делом для правителей («попечительство искусств и полезных ремесел»). Далее возникли нормативные акты монаршей власти – законы, регулирующие порядок выдачи привилегий. Так, от отдельных милостей, которые стали традицией, с принятием обязывающих нормативно-правовых актов возникли право промышленной собственности и право литературной собственности.

Как совершенно справедливо отмечает Д.В.Афанасьев, правовые механизмы патентного и авторского права возникли примерно в одно время, в XV в., то есть в эпоху начала книгопечатания в разных частях Европы – Англии и Венеции¹. Поскольку процесс шел параллельно в разных странах, можно отметить его экономическую обоснованность и историческую закономерность при том уровне развития производительных сил.

Примечательно, что в обзорах истории возникновения авторского права современными учеными почти не дается пояснений, что возникшая в средние века правовая охрана печатных книг не имела практически ничего общего с современным авторским правом. Это было принципиально иное правовое ре-

гулирование оборота печатных произведений, получившее название «литературная собственность». Данный институт был почти тем же механизмом, что и промышленная собственность для охраны изобретений. На это указывает и общность в названии. Сам термин «литературная собственность» не знаком многим современным цивилистам в России, даже специализирующимся в области интеллектуальной собственности. Обозначение «литературная собственность» в англосаксонском праве сегодня используется как широкое понятие, относящееся к совокупности объектов, защищенных в режиме копирайта².

Вопросы эволюции литературной собственности относительно авторского права были с разной степенью детализации рассмотрены дореволюционными классиками российской цивилистики, труды которых мало изучались в советские годы. Об этом писали наши блестящие правоведы К.П.Победоносцев, С.А.Муромцев, Г.Ф.Шершеневич, В.Д.Спасович, А.А.Пиленко, Я.А.Канторович. Это «хорошо забытое» знание, что отчасти объясняется тем, что перечисленные авторы жили в XIX в., в на-

¹ «Зачастую утверждается, что в сфере интеллектуальной собственности авторское право возникло первым, а патентное право появилось гораздо позже. Между тем патенты в современном понимании начали выдаваться еще в начале XV века. Так, первый в мире патент был выдан в 1429 г. во Флоренции, а к моменту изобретения книгопечатания в 1450 г. Иоаном Гутенбергом уже выдавались патентные грамоты на изобретения. Кроме того, в Англии и на территории современной Италии, где впоследствии были приняты первые в мире законы о патентовании изобретений, существовала ответственность за нарушение патентных грамот. Первый в мире закон в сфере интеллектуальной собственности был принят не в сфере авторского права, а именно в отношении патентов в 1474 г. в Венеции». (Афанасьев Д.В. Истоки авторского и патентного права, их значение для современного права. М., 2021).

² https://en.wikipedia.org/wiki/Literary_property



чале которого в России и оформился переход от литературной собственности к авторскому праву. Правда, за рамками дореволюционных работ остались экономические причины такого развития права в книгопечатании, так как материалистическое понимание истории в виде марксистской теории победило в России лишь в начале XX в.

Подробно о том, что привилегия печатника не имела ничего общего с сущностью авторского права, отмечали многие дореволюционные цивилисты. О возникновении в XV в. охраны книг в интересах «типографщика» подробно пишет К.П.Победоносцев: *«Вначале исключительное право автора на свое произведение представлялось исключением, основанным на привилегии, защищавшей от перепечатки, так что последняя оказывалась настолько противозаконной, насколько нарушала эту привилегию. Первые привилегии даны были Венецианской республикой и нюрнбергским сенатом (1494–1496). Потом право это стали разрабатывать юриспруденция и судебная практика, затем оно сделалось предметом законодательства и, наконец, ныне является общим, всеми признаваемым гражданским правом. Покуда оно было еще привилегией, сознание не проникало еще в сущность этого права. Доказательством служит и то, что привилегия относилась большей частью к типографщику, а не к автору сочинения, так что защитой пользовалось издательское, а не авторское право»*³.

Можно констатировать, что при становлении механизмов литературной собственности как способа правовой

³ Победоносцев К.П. Курс гражданского права. Первая часть. Вотчинные права. М.: Статут, 2002.

охраны литературных произведений никакого авторского права как права автора в книгопечатании не было, и оно никем не признавалось. Это было не право автора, а право книгопечатника, то есть промышленника определенной отрасли (не слишком развитой, но весьма важной в средние века). Первоначальным носителем права на издание по привилегии сразу становился промышленник, а не автор.

Попытки примерами доказать, что автор также мог получить привилегию, обычно не учитывают фактический характер деятельности автора. Ведь автор мог быть и удачливым издателем. Как верно указывает в недавно изданной работе проф. О.В.Луткова, привилегия защищала интересы издателя, но иногда привилегиями издателя пользовался автор⁴. В качестве примера она приводит королевскую привилегию, выданную знаменитому средневековому французскому романисту Ф.Рабле, установившую исключительное право *«издавать и продавать свои книги, запрещать и разрешать другим лицам перепечатку своих книг»*. Но, как нетрудно видеть, содержание данной автору Ф.Рабле привилегии – издавать и продавать свои книги – закрепило за ним в качестве монаршей милости исключительно классическое правомочие издателя-промышленника относительно объекта, в котором воплощено произведение, а не правомочие автора. Ибо в рамках действия авторского

⁴ «Привилегия чаще предоставлялась именно издателю, но в некоторых случаях ее удавалось получить автору. Так, драматург Франсуа Рабле в 1550 году получил у короля Франции Генриха II привилегию, обеспечившую ему исключительную возможность издавать и продавать свои книги, запрещать и разрешать другим лицам перепечатку своих книг». (Луткова О.В. Авторские права в международном частном праве. М.: Проспект, 2021).

права автор не издает и не продает книги, а передает право на публикацию издателю по авторскому договору. То есть в данном случае автору Ф.Рабле была выдана королевская привилегия книгоиздателя, а не предоставлено авторское право.

Действие механизмов литературной собственности, когда привилегией охранялись права книгоиздателя, а не автора, сохранялось почти четыре столетия (XV–XVIII вв.). За этот период отрасль книгопечатания прошла путь от фактически монопольных отдельных цехов-изданий, расположенных далеко не в каждом европейском городе, до почти современных высококонкурентных рынков с массовыми тиражами не только книг, но и периодических изданий – журналов и газет. Развитие правовой охраны от права издателя к праву автора (история победы авторского права над издательским) в Европе четко показано в статье «Литературная собственность» дореволюционного издания энциклопедического словаря Брокгауза и Эфрона:

«Идея покровительства типографской и издательской промышленности только в XVIII в. отступает перед мыслью об экономическом интересе самих авторов; с другой стороны, на смену привилегий, защищающих данного издателя или автора, является защита всех издателей и авторов, основанная на общих нормах. Раньше всего эта эволюция завершилась в Англии. Привилегии первой половины XVI в. поощряли только типографскую промышленность; но в 1556 г. издатели и книгопродавцы организованы были в корпорацию (Stationer's Company), которой поручена была цензура. Так как каждое сочинение для выпуска в свет нуждалось в одобрении корпорации, то

издание книг сделалось монополией ее членов, с которыми могли соперничать только лица, получившие особые привилегии. Компания ввела у себя обязательную регистрацию всех книг, сохранявшуюся и после того, как цензура была уничтожена (1694). Свобода печати дала сильный толчок развитию литературы; авторский гонорар, жалкий еще при Мильтоне, к концу века стал быстро расти. Новые условия писательской деятельности привели к закону 1709 г., который имел целью «предупредить разорение авторов от контрафакции и поощрить ученых людей и впредь писать полезные книги». Этот закон ввел исключительное право автора на воспроизведение в течение 14 лет с продлением еще на 14 лет, если автор к концу первого срока находился в живых. Во Франции идея защиты авторского права выяснилась во время борьбы парижских издателей за монополию против провинциальных издателей, отстаивавших свободу распространения книг; парижские издатели (1725) начинают защищать свою монополию преемством от авторов, самостоятельное право которых основано на труде, а не на королевской привилегии. Этот аргумент оказывается выгодным для наследников авторов, которые заявляют по истечении сроков издательских привилегий о своих правах; королевский совет в 1777 г. санкционирует победу авторского права над издательским»⁵.

Как отмечалось выше, под термином «промышленная собственность» как в Средние века, так и в настоящее время понимается правовая охрана изобретений и товарных знаков посредством

⁵ <http://niv.ru/doc/dictionary/brockhaus-efron/articles/203/literaturnaya-sobstvennost.htm?ysclid=I5paxpdw1j456755194>



выдачи государством привилегий (патентов и свидетельств о регистрации). Роль изобретателей в праве промышленной собственности в Средние века также была незначительной, ибо привилегия выдавалась промышленнику-заявителю (который мог и не быть изобретателем). То есть в значительной мере и право промышленной собственности, и право литературной собственности в Средние века являлись одним видом права, совпадая по субъекту (промышленнику) и методу регулирования (охраняемая законом привилегия на временную монополию на использование объекта прав).

Их идеологическое расхождение в истории случилось позже – в период буржуазных промышленных революций и сопутствующего этому изменению законодательства. Тогда литературная собственность постепенно превратилась в авторское право, где основным, первоначальным субъектом прав стал автор, а не книгопечатник. При этом промышленная собственность (патентное право) отнюдь не стало правом изобретателя, а осталось субъективным правом промышленника-патентовладельца.

Базисом трансформации литературной собственности в авторское право стало развитие производительных сил в книгопечатной отрасли и формирование относительно развитого потребительского рынка книг. В результате увеличилась конкуренция между издателями и возросла значимость фигуры автора в формировании ценности, привлекательности и, как следствие, денежной стоимости издания перед публикой. Выражаясь языком современного маркетинга, развитие рынка книг в период просвещения к XVIII в. привело к росту ценности бренда автора и относи-

тельному снижению бренда издателя.

Этот период также характеризовался усилением буржуазных идей естественных прав человека, в том числе прав творческого человека на свое творение. Примирить в таких условиях издателя и автора как фигуру, определяющую существование печатного дела, могло лишь право, где формальным носителем первоначального защищенного законом имущественного интереса (эксклюзивность содержания произведения) являлся не издатель, а автор. При этом, пользуясь принципом свободы договора, издатель ввиду его более сильного экономического положения в капиталистическом обществе мог спокойно получить в дальнейшем все имущественные права от экономически нуждающегося автора по авторскому договору (который мог быть и кабальным).

Примечательно, что сегодня, если сказать, что авторское право – это право автора, могут упрекнуть в тавтологии, но зная об эволюции права от литературной собственности в авторское право, данное утверждение не кажется столь тривиальным. Действительно, регулирование прав автора как основного субъекта правоотношений, связанных с созданием и оборотом творческих произведений и прав на них, является основной целью авторского права. Автор – 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 нее. Автор лично связан с произведением в любой момент жизни произведения вне зависимости от того,

кто является правообладателем авторских прав.

В противоположность этому патентное право, именуемое ошибочно иногда в специализированной литературе изобретательским правом, отнюдь не является правом изобретателя, так как автор изобретения никак не основной субъект патентных правоотношений (таким является только заявитель по заявке на выдачу патента и патентообладатель), поэтому субъективное патентное право практически не связано с личностью изобретателя. Можно показать, что основу такого положения создают сугубо экономические предпосылки, а именно: механизмы работы капиталистической экономики, проще говоря, способы функционирования марксистской формулы «товар – деньги – товар».

При этом отметим, что используемый многими цивилистами критерий «творческого характера» для определения того, что следует охранять в авторском праве, часто соотносят с критериями патентоспособности, якобы также гарантирующими предоставление патентной охраны только творческим техническим или дизайнерским решениям (неочевидному специалисту, оригинальному, имеющему существенную новизну, имеющему изобретательский уровень, изобретательский шаг или «проблеск гениальности» согласно американским судебным прецедентам и прочие «творческие критерии»). Из приведенных ниже рассуждений видно, что «творческий характер» не является очевидной границей, разделяющей охраняемое и не охраняемое. В действительности в авторском праве гораздо более выраженную роль играет личное начало, его степень. Возможно, ввиду сложности определения, что

именно служит отражением личности, это понятие заменили более привычным уху критерием творческого характера объекта.

В патентном праве относительно произведений дизайна творчество свели к оригинальности. В результате, например, черный квадрат Малевича, если бы он был создан впервые в наши дни и заявлен на патентование в качестве этикетки – промышленного образца, скорее всего был бы признан не соответствующим условию оригинальности. Это упрощение в оценке достоинства работы состоит в отделении личности автора от объекта при патентовании. Вследствие этой фактической «неважности» авторского характера (связи с личностью автора) объект утрачивает и признание, что он имеет творческий характер – оригинальность. Этим примером можно показать, что личность автора явно присутствует в авторском праве и почти отсутствует в праве патентном.

В плане значимости для успешного оборота товара, содержащего авторское произведение, очень важна личность автора, его личный бренд. В отличие от этого, имя изобретателя (автора промышленного образца), его личный бренд в обороте патентованного продукта не важны, вернее, вытеснены брендом промышленника-патентообладателя.

Рассмотрим, почему оборот экземпляров авторского произведения всегда неразрывно связан с личностью их автора, вне зависимости от наличия у него авторских прав (например, когда они уступлены полностью автором издателю или иному лицу). Можно легко показать, что динамически 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. Каждая купля-продажа экземпляра произведения – это котировка личного бренда автора.

Например, успех конкретной книги – это, конечно, успех ее автора-писателя. Но верно и обратное: гениальный (признанный в обществе талантливым, модный, востребованный, раскрученный и т.д.) литератор пишет востребованные читателями книги. Продажа книги всегда происходит под брендом писателя. То же самое можно сказать про почти все остальные жанры и виды произведений авторского права. Например, найденная средневековая картина изначально неизвестного художника, после того как специалисты признали в ней «Спасителя мира» работы Леонардо да Винчи, выросла в цене более чем в миллион раз. Признанный талант всегда востребован публикой. Сами авторы понимают, что в некотором смысле потребители, приобретая их произведения, покупают их «частичку». Таким образом, личный бренд автора – это основная компонента стоимости вещей в воплощенном в них произведении. Дорогой и востребованный авторский бренд означает успех всего оборота экземпляров произведения.

Наоборот, внимательный взгляд на функционирование патентной системы начиная с подачи заявки на получение патента, легко увидит минимальность или почти полное отсутствие связи личности изобретателя (не являющегося одновременно патентообладателем) с судьбой патента на его изобретение.

Чем объясняются такие существенные отличия оборота объектов авторского и патентного права? Можно предполо-

жить, что они естественно связаны с «механистическим», «промышленным» характером технического творчества в сравнении с «гуманистическим» характером художественного творчества.

В патентном праве, в праве промышленной собственности именно ввиду 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 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 – промышленником-патентоладельцем, то есть за брендом патентоладельца.

Проведенное исследование показало, что авторское право – это именно право автора, в то время как патентное право не является правом изобретателя, а служит правом патентоладельца. Изучение механизмов работы системы авторского права как регулятора оборота экземпляров произведения однозначно указывает на ведущую роль автора, 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 твор-

ческого труда посредством патента.

Отсутствие упоминания имени изобретателя – обычная практика в хозяйственной жизни запатентованного продукта. То есть личность автора, его персональный бренд почти никогда не следует за оборотом вещей, в которых воплощено изобретение. Потребители, да и все общество знают товары, в которых воплощены изобретения, по бренду их производителя (то есть по бренду патентообладателя или лицензиата) или по имени, стоящим за брендом, но не по имени изобретателя. Айфон – это Apple или Стив Джобс. Его успешный смартфон-конкурент – это «Самсунг». Суперэлектромобиль – это «Тесла» или Илон Маск. Мы знаем самолеты «Боинг», автомобили «Мерседес» и «БМВ», компьютеры IBM и тот же Apple, но мы не знаем сотни безвестных инженеров-изобретателей, их создавших. Иногда, правда, имя изобретателя само становится брендом производителя: «Калашников», «Сухой», «Туполев», «Белл», «Тойота», «Хонда», «Сименс» и многие другие. Но это случаи, когда изобретатель сам являлся инвестором – владельцем предприятия-патентообладателя. То есть и здесь личность изобретателя в обороте товара превращается в бренд патентообладателя.

Из сказанного видно, с чем связана историческая победа класса авторов в борьбе за свои права на создаваемые произведения против класса промышленников (издателей и книготорговцев). Эта же причина лежит в основе исторического поражения класса изобретателей в борьбе с патентообладателями. Из представленного фактического материала представляются очевидными как минимум две причины такого перехода в авторском праве и его отсутствия

в праве патентном. Данные причины можно выделить хотя бы потому, что их не было в XV в., но они объективно сформировались к XVIII в.:

возникло большое число издательств и развилась конкуренция издателей (в том числе за потенциально популярные авторские произведения), но для внедрения изобретения обычно изобретатель не может выбирать из множества инноваторов (в определенной области промышленности есть определенный лидер);

многократно возросла ценность личности автора (авторского начала) для читателя, та самая популярность, что стала критически важной для успешности оборота издаваемого произведения, но ценность личности изобретателя не возросла (повсеместная замена личности изобретателя на бренд патентообладателя в обороте промышленной продукции).

Создавшийся экономический базис для формирования авторского права на базе издательского права был осмыслен в правовых категориях великим философом И. Кантом в «Метафизике нравов» в 1797 г.: *«Книга – это сочинение, представляющее речь, обращенную кем-то к публике в зримых знаках языка. Тот, кто обращается к публике от своего собственного имени, называется сочинителем (autor). Тот, кто в сочинении публично выступает от имени другого лица (автора), является издателем. Если издатель делает это с разрешения автора, то он правомерный издатель. Если он не имеет такого разрешения, то он неправомерный издатель, т.е. перепечатчик. Сочинение есть не непосредственное выражение понятия, а речь, обращенная к публике, т.е. сочинитель выступает публично через издателя. Издатель*



же выступает не от своего имени, а от имени автора, на что он имеет право, если последний предоставил ему полномочия (mandatum). Перепечатчик хотя и выступает в своем самовольном издании от имени автора, но не имеет на это полномочий. Он совершает против издателя, избранного автором, преступление – похищает выгоду, которую издатель мог и хотел извлечь из пользования своим правом. Он похищает у издателя право на получение дохода от своей предпринимательской деятельности. Следовательно, деятельность перепечатчика незаконна»⁶.

И.Кант одним из первых рассмотрел и обосновал авторское право как право особого рода. Он очень четко подметил, что автор – это тот, кто в произведении, как и в своей речи, обращается к читателю от собственного имени. Но И.Кант видит, что автор обращается к публике не напрямую, а через хозяйственную деятельность издателя. Интересно, что он считал авторское право личным правом автора на обращение к публике, реализуемым посредством издателя. При этом И.Кант не считал авторское право имущественным правом, в частности, обосновывая, что убытки от незаконной перепечатки терпит не автор, а издатель, который получил полномочия представлять автора (mandatum), и именно у ведущего хозяйственную деятельность издателя возникают убытки при несанкционированной перепечатке.

Взгляд И.Канта на авторское право как на личное право в конце XVIII в. характеризует значительно возросшую роль автора для публики. Издатель лишь представитель, реализующий по-

⁶ Кант И. Метафизика нравов. Метафизические первоначала учения о праве. М.: Канон-Плюс, 2014.

ручение автора донести произведение до публики.

Именно изучая исторические подходы в разных странах к выработке условия о творчестве – общепризнанного условия правовой охраны объекта в современном авторском праве, можно видеть, что исторически условие творческого характера означало всего лишь констатацию того, что права на произведение должны изначально принадлежать творцу данного произведения, то есть тому, кто сотворил его лично. Никто ни о каком сложном объяснении понятия «творческий» (не растолкованного вплоть до сих пор) тогда не рассуждал. Даже И.Кант определил лишь, что автор – это тот, кто обращается к читателю от своего имени (но через издателя). Философ также относил в своей классификации право автора к личным правам (в отличие от вещных и лично-вещных).

Конечно, субъективное патентное право не может претендовать даже на минимальную личностную связь с изобретателем. Вопреки совершенно ошибочному утверждению ст. 1345 ГК РФ, приписывающей первоначальное исключительное патентное право автору изобретения⁷, удостоверяемое патентом исключительное право – это имущественное право патентовладельца (как правило, юридического лица) и только патентовладельца, а запатентованный товар ассоциируется в сознании потребителей не с изобретателем, а с брендом патентовладельца. Если И.Кант считал, что автор говорит

⁷ Ст. 1345 ГК РФ: «1. Интеллектуальные права на изобретения, полезные модели и промышленные образцы являются патентными правами. 2. Автору изобретения, полезной модели или промышленного образца принадлежат следующие права: 1) исключительное право; 2) право авторства».



с читателями через издателя, то можно утверждать, что патентовладелец говорит с потребителями запатентованного продукта вместо изобретателя, а последний – молчит.

Список литературы

1. Давыдов Ю.Н. Труд и свобода. М.: Высшая школа, 1962.

2. Кант И. Метафизика нравов. Метафизические первоначала учения о праве. М.: Канон-Плюс, 2014.

3. Канторович Я.А. Литературная собственность. СПб, 1895.

4. Луткова О.В. Авторские права в международном частном праве. М.: Проспект, 2021.

5. Победоносцев К.П. Курс гражданского права. Первая часть. Вотчинные права. М.: Статут, 2002.

6. Скловский К.И. Собственность в гражданском праве. М.: Статут, 2010.

7. Табашников И.Г. Литературная собственность, ее понятие, история, объект и субъект. СПб, 1878.

Уважаемые коллеги!

Редакция недорого и оперативно представит ваши достижения всему миру.

Реклама в нашем журнале повысит ваш рейтинг, поможет добиться успеха, найти клиентов и партнеров по бизнесу.

Помните, что ваш товар особенный – интеллектуальный, и поэтому доверить его можно только профессионалам.

Вы готовы? Поговорим о цене:

цена 1 полосы — 24 тыс. руб. (без НДС),

1/2 полосы — 12 тыс. руб. (без НДС),

1/3 полосы — 8 тыс. руб. (без НДС).

Если вы хотите увидеть свою рекламу в цвете,

цена 1 полосы — от 56 тыс. руб. (без НДС).

Технические требования к макету

1. формат (обрезной) – 167,5 × 240 мм (+5 мм на обрезку)

2. цветовая модель – CMYK

3. разрешение – 300 dpi

4. форматы файлов – PDF, EPS (Иллюстратор v5 или ниже),
TIF, JPG (без компрессии)

Возможно изготовление оригинал-макета силами редакции.