

ОСОБЕННОСТИ АККАУНТОВ В СОЦИАЛЬНЫХ СЕТЯХ КАК ОБЪЕКТА ИНТЕЛЛЕКТУАЛЬНОЙ СОБСТВЕННОСТИ

Л.М. Бурханова

*профессор, кандидат юридических наук, профессор кафедры гражданского права
Ташкентского государственного юридического университета
burkhanova.leyla@mail.ru*

Аннотация. В статье на основе анализа законодательства Республики Узбекистан рассмотрены признаки аккаунта в социальной сети как объекта авторского права. Рассмотрены характеристики аккаунтов в социальных сетях как объектов интеллектуальной собственности. Так же определен статус аккаунтов как составного произведения, а также как базы данных.

Ключевые слова: аккаунт; социальные сети; базы данных; интеллектуальная собственность.

Abstract. Based on an analysis of the legislation of the Republic of Uzbekistan, the article examines the characteristics of an account on a social network as an object of copyright. The characteristics of accounts on social networks are considered as objects of intellectual property. The status of accounts as a composite work, as well as a database, is also defined.

Keywords: account; social media; Database; intellectual property.

Попытки многих исследователей-цивилистов определить правовой статус аккаунтов в социальной сети и найти основания возможности признания их объектом гражданского права сводится к тому, что они приравнивают аккаунты в социальной сети к объектам интеллектуальной собственности. Для того чтобы понять, насколько верно данное заключение, проанализируем, что представляют собой объекты интеллектуальной собственности согласно законодательству Республики Узбекистан, какие характеристики они имеют и подходят ли под данные характеристики аккаунты в социальных сетях. Также рассмотрим юридическую доктрину относительно объектов интеллектуальной собственности и их видов.

Итак, согласно статье 1031 Гражданского кодекса Республики Узбекистан, к объектам интеллектуальной собственности относятся результаты интеллектуальной деятельности, а именно, произведения науки, литературы и искусства, исполнения, фонограммы, передачи организаций эфирного или кабельного вещания; программы для ЭВМ и базы данных, изобретения, полезные модели, промышленные образцы, селекционные достижения, не-

раскрытая информация, в том числе секреты производства (ноу-хау); средства индивидуализации участников гражданского оборота, товаров, работ и услуг, то есть, фирменные наименования, товарные знаки (знаки обслуживания), наименования мест происхождения товаров; а также другие результаты интеллектуальной деятельности и средства индивидуализации участников гражданского оборота, товаров, работ и услуг, установленных законом [1, ст.1031]. Из содержания данной статьи следует, что аккаунт в социальной сети прямо не упоминается в перечне объектов интеллектуальной собственности. Однако, можно предположить, что аккаунты в социальных сетях можно отнести к третьей категории, а именно, к другим результатам интеллектуальной деятельности, установленных законом, так как в данном случае нет закрытого перечня конкретных объектов. Точнее, аккаунты в социальных сетях можно рассматривать как объекты авторского права.

Рассмотрим также, какие именно объекты относятся к объектам авторского права. В статье 5 Закона Республики Узбекистан «Об авторском праве и смежных правах» говорится, что авторское право распространяется на произведения науки, литературы и искусства, являющиеся результатом творческой деятельности, независимо от назначения и достоинства произведения, а также от способа его выражения. В статье также приводятся возможные объективные формы, в которых могут выражаться объекты авторского права: письменная (рукопись, машинопись, нотная запись и т. д.), устная (публичное произнесение, публичное исполнение и т. д.), звуко- или видео, записи (механической, магнитной, цифровой, оптической и т. д.), изображения (рисунок, эскиз, картина, план, чертеж, кино-, теле-, видео- или фотокадр и т. д.), объемно-пространственная (скульптура, модель, макет, сооружение и т. д.) и другие формы [2, ст.5]. Как мы видим, статья включает в себя широкий спектр объектов, по отношению к которым возникают правоотношения и главными признаками данных объектов являются присутствие творческой деятельности и объективная форма выражения.

Аккаунт в социальной сети как объект авторского права имеет свои особенности. С развитием цифровой технологии и расширением сети Интернет интеллектуальная собственность подвергалась массивной трансформации [3, с.56]. В частности, К.Д. Савицкая в своей статье «Правовой режим аккаунта в социальной сети» предлагает, что аккаунт можно рас-

смаатривать с точки зрения авторско-правовой охраны, если он будет соответствовать критериям охраноспособности объектов авторского права: будет являться результатом творческой деятельности и иметь объективную форму выражения[4, с.98]. Кроме того, даже если в законодательстве прямо не указано, что аккаунты в социальных сетях являются объектами интеллектуальной собственности, Г. М. Данченко считает, что аккаунт в социальной сети все же обладает некоторыми признаками результата интеллектуальной деятельности, под которым понимают закрытый перечень продуктов творческого труда и приравненные к ним иные нематериальные объекты, на которые их обладатели имеют определенные права [5, с.34]. Таким образом, предполагается, что аккаунты в социальных сетях можно рассматривать как объект интеллектуальной собственности, а именно, как объект авторского права.

Что касается характеристики объектов интеллектуальной собственности, то, по мнению Е. И. Суханова в гражданском праве установлены следующие признаки объектов интеллектуальной собственности: нематериальный характер; действительная или потенциальная коммерческая ценность; возможность многократного использования (неисчерпаемость при потреблении); эстетическое или информационное содержание; способность к сохранению, накоплению, интегрированию информации; обособленность от смежных объектов[6, с.102].

Е. И. Суханов также отмечает, что для объектов авторского права приоритетным является форма выражения, так как они охраняются в силу самого факта создания и выражения в объективной форме [6, с.90].

Далее разберем аккаунты в социальных сетях через вышеизложенную призму характеристик объектов интеллектуальной собственности. Первым признаком таковых объектов является нематериальный характер, что присуще аккаунтам в социальных сетях. Они не имеют материальной формы, и выражаются только в цифровом формате. Далее говорится о действительной или потенциальной коммерческой ценности. В данном случае необходимо разбирать каждый отдельный аккаунт, так как коммерческую ценность имеют не все аккаунты в социальных сетях. Однако, по нашему мнению, необходимость наличия коммерческой ценности считается спорным утверждением, по причине того, что коммерческой ценностью обладают не все результаты интеллектуальной деятельности.

Следующим признаком является возможность многократного использования объекта, который также присущ аккаунту социальной сети, ведь он

считается непотребляемым благом и не может быть исчерпан. Что касается эстетического и информационного содержания, то без сомнений, на сегодняшний день почти все аккаунты в социальных сетях, как персональные, так и бизнес-аккаунты содержат контент эстетического и информационного характера. К примеру, лицо, имеющее персональный аккаунт, выкладывает фотографии или видеозаписи различного смыслового содержания, оформляет посты и текстовые сообщения эстетическим образом, так как данная страница считается его «лицом» в сети. Что касается бизнес-аккаунтов, то их владельцы оформляют свои страницы таким образом, чтобы они привлекали больше клиентов. Кроме того, способность к сохранению, накоплению и интегрированию информации также считается признаком аккаунтов в социальных сетях. Таким образом, анализ характеристик объектов интеллектуальной собственности показывает, что аккаунты в социальных сетях могут быть охарактеризованы как объект интеллектуальной собственности. К какому именно виду объектов интеллектуальной собственности их можно отнести, разберем далее.

Многие исследователи предполагают, что аккаунты в социальных сетях относятся к объектам авторского права. Как отмечается в законодательстве и юридической доктрине, самым главным критерием охраноспособности объектов авторского права является наличие результата творческой деятельности и объективная форма выражения [7, с.28].

По данному вопросу К. Д. Савицкая придерживается следующего мнения: объективной формой выражения аккаунта является цифровая. Творческий характер труда автора (владельца) аккаунта следует доказывать в каждом конкретном случае. Поскольку аккаунты делятся на различные виды и могут, как содержать творческий характер труда: оформление страницы, подбор оригинальных текстов, создание видео, название и пр., так и представлять собой исключительно информационный аккаунт с официальными данными об организации или содержать исключительно новостной материал [4, с.100].

Идентичное мнение выражает О. В. Костина в своей работе «Наследование аккаунтов в социальных сетях как средство обеспечения баланса интересов граждан и предпринимателей»: для того чтобы социальный аккаунт можно было отнести к результату интеллектуальной деятельности, он должен соответствовать критериям охраноспособности объектов авторских прав: во-первых, являться результатам творческой деятельности лица

(авторское оформление профиля, особое расположение материалов аккаунта: фото, видеозаписи, тексты), во-вторых, результат объективно выражен. В социальной сети он имеет цифровую форму [8, с.103].

Исходя из этого можно заключить, что аккаунты в социальных сетях можно отнести к объектам авторского права только при условии, если контент аккаунта является результатом творческой деятельности самого лица – владельца аккаунта. Так как на сегодняшний день не все владельцы аккаунтов постят в своих страницах результат своей творческой деятельности, а в большинстве случаев заимствуют у других пользователей или публикуют общеизвестные произведения, признание аккаунтов в социальных сетях объектом авторского права будет неверным решением. Автор работы считает, что правовой статус аккаунтов должен быть единым для всех аккаунтов в социальных сетях без какого-либо исключения.

Исследователи также рассматривают аккаунты в социальных сетях как составные произведения – произведение, представляющие собой по подбору или расположению материалов результат творческого труда [9, с.103].

В Гражданском кодексе Республики Узбекистан, а также в Законе Республики Узбекистан «Об авторском праве и смежных правах» говорится, что объектами авторского права являются составные произведения, отвечающие требованиям законодательства об авторском праве, сборники (энциклопедии, антологии, базы данных) и другие составные произведения, представляющие собой по подбору или расположению материалов результат творческого труда [1, ст.1043].

Кроме того, в Законе Республики Узбекистан «Об авторском праве и смежных правах» отмечается, что составные произведения охраняются авторским правом независимо от того, являются ли произведения, на которых они основаны или которые они включают, объектами авторского права. В статье 14 вышеуказанного закона излагается, что автору составного произведения (составителю) принадлежит авторское право на осуществленный им подбор или расположение материалов, представляющие результат творческого труда. Составитель пользуется авторским правом при условии соблюдения им прав авторов каждого из произведений, включенных в составное произведение. Также отмечается, что авторы произведений, включенных в составное произведение, сохраняют исключительные права на использование своих произведений независимо от составного произведения, если иное не предусмотрено авторским договором. Также, авторское право

составителя не препятствует другим лицам осуществлять самостоятельный подбор или расположение тех же материалов для создания своих составных произведений.

Анализ законодательства показывает, что составное произведение характеризуется в основном как результат творческого труда по подбору и расположению материалов. Однако не каждая подборка произведений и материалов носит творческий характер и, следовательно, приводит к созданию составного произведения, охраняемого авторским правом. Результат творческой деятельности должен характеризоваться как новый, отличный, оригинальный, уникальный [9, с.45].

Хохлов В.А. считает, что достаточно, если имеется возможность квалифицировать полученный итог как связанный с индивидуальностью автора, поэтому на практике творческий характер всех произведений, созданных лично автором (авторами), предполагается имеющимся, пока не доказано иное [10, с.65].

В.Я. Ионас отмечал, что систематизация, т.е. приведение в единство разрозненных научных, литературных или иных материалов, если она самостоятельна, представляет собой вид творчества, с которым связаны определенные правовые последствия [11, с. 56].

Таким образом, тщательный анализ природы составных произведений с законодательной и теоретической точки зрения показывает, что составные произведения в авторском праве это: результат творческого труда, имеет творческий характер; новый, отличный, оригинальный, уникальный подбор и расположение материалов; индивидуальная и самостоятельная работа автора.

В основном как составные произведения выступают различного вида сборники, в том числе энциклопедии, антологии, детские сборники рассказов и базы данных. Материалы, собранные в сборниках, могут выступать как самостоятельный объект авторского права. Автор работы считает, что мнения исследователей касательно отнесения аккаунтов в социальных сетях к составным произведениям является обоснованным. Как излагалось выше, владельцы аккаунтов публикуют на своих страницах не только результат своей творческой деятельности (фото, видеоматериалы, музыку, текстовые сообщения и т.д. самостоятельного производства), но заимствованные материалы, такие как общедоступные картинки и фотографии, цитаты и отрывки из знаменитых литературных произведений и кинофильмов

и другие. По этой причине, аккаунты в социальных сетях не могут являться самостоятельным объектом авторского права. Однако, правовая природа такого вида объектов авторского права, как составные произведения позволяют включать в себя отдельные, самостоятельные объекты авторских прав, формируя при этом новый объект. Данный признак составных произведений подходит для признания аккаунтов в социальных сетях таковым объектом и позволяет рассматривать их как объект интеллектуальной собственности.

Еще одним интересным предложением со стороны цивилистов касательно гражданско-правового значения аккаунтов в социальной сети является рассмотрение их не в качестве нового вида составных произведений, а в качестве базы данных, которая является одним из видов составного произведения. В законодательстве база данных определяется как совокупность данных (статей, расчетов и т. д.), выраженных в объективной форме и систематизированных таким образом, чтобы эти данные могли быть найдены и обработаны с помощью электронных вычислительных машин [2, ст. 3]. К.Д. Савицкая также отмечает, что аккаунт может защищаться как база данных. Творчество автора при разработке базы данных проявляется в особом способе отбора материалов из большого массива или в оригинальной систематизации и упорядочении материалов внутри базы данных. Применительно к аккаунту в социальной сети оригинальная систематизация достигается путем использования проставления в материалах страницы (постах) меток (тегов), которые позволяют выполнять поиск и сортировку материалов страницы в соответствии с содержанием меток [12, с. 104].

Как видно из определения базы данных, наряду с таким важнейшим признаком составных произведений как оригинальность и творческий характер подбора и расположения материалов, в данном случае важную роль играет возможность поиска и обработки материалов [13,14,15]. Базы данных могут содержать систематизированные статьи, расчеты, нормативно-правовые акты, решения судов и иные подобные материалы. Самым ярким примером базы данных выступает Национальная база данных законодательства Республики Узбекистан – Lex.uz. Она представляет собой систематизацию нормативно-правовых актов Республики Узбекистан и предоставляет возможность поиска необходимых нормативно-правовых актов по номеру, дате принятия, типу и по другим характеристикам. Кроме того, в Республике Узбекистан существует также онлайн база данных public.sud.uz, в котором публикуются решения судов по экономическим, административным, гражданским и уголовным делам.

Что касается аккаунтов в социальных сетях, то они также в некоторой степени схожи с базами данных, так как предоставляют возможность поиска и обработки данных. Однако это не применимо по отношению ко всем аккаунтам, по причине того, что почти во всех социальных сетях есть функция «закрытого аккаунта», доступ к которому имеют только определенные пользователи. По этой причине возможность поиска и обработки материалов в социальных сетях в некотором смысле ограничена. Кроме того, не каждый профиль в социальной сети представляет из себя совокупность систематизированных данных. Это, в основном, характерно только для бизнес-аккаунтов, где владельцы публикуют рекламу своих товаров и услуг с соответствующей характеристикой и прейскурантом для привлечения клиентов. С другой стороны, персональные аккаунты могут и не содержать систематизированную информацию, а просто представлять контент личного характера.

Таким образом, на основе всего вышеизложенного мы можем констатировать, что хотя некоторые исследователи относят аккаунты в социальных сетях к базам данных, анализ теории и законодательства показывает, что данное заключение не применимо по отношению ко всем аккаунтам в социальных сетях, следовательно, не является практичным.

Таким образом, можно заключить, что единого подхода к определению правового статуса аккаунтов в социальной сети среди цивилистов нет. Существуют некоторые предложения, что аккаунты можно рассматривать как объекты авторского права в целом, или же, как составное произведение и база данных. По нашему мнению, аккаунты в социальных сетях более практично рассматривать как составное произведение. Кроме того, в случае признания аккаунтов в социальных сетях объектом интеллектуальной собственности, существует необходимость разрешения вопроса касательно исключительных прав, так как в силу технологических причин они в некоторой степени могут быть ограничены.

Список использованных источников

1. Гражданский кодекс Республики Узбекистан // LexUz : Национальная база данных законодательства Республики Узбекистан. – URL: <https://lex.uz/ru/docs/111181> (дата обращения: 10.04.2024).
2. Об авторском праве и смежных правах : Закон Республики Узбекистан от 20.07.2006 г. № ЗРУ-42 // LexUz : Национальная база данных законодательства Республики Узбекистан. – URL: <https://lex.uz/ru/docs/1023494> (дата обращения: 10.04.2024).

3. Рустамбеков, И. Имплементация норм международных актов в сфере защиты авторского права в сети Интернет в законодательство Узбекистана / И. Рустамбеков // Вопросы современной юриспруденции. – 2016. - № 1 (52). - С. 56.
4. Савицкая, К. Д. Правовой режим аккаунта в социальной сети / К. Д. Савицкая // Правовая защита интеллектуальной собственности: проблемы теории и практики : электрон. сб. материалов Междунар. науч.-практ. конф., Новополюцк, 27 мая 2022 г. / редкол.: В. А. Богоненко (отв. ред.) [и др.]. – Новополюцк : Полоц. гос. ун-т им. Евфросинии Полоцкой, 2022. – С. 105-109.
5. Данченко, Г. М. Правовое регулирование аккаунта в социальных сетях / Г. М. Данченко // Вопросы российской юстиции. - 2021. - № 16. - С. 190-197.
6. Суханов, Е. И. Гражданское право : учебник : в 4 т. / Е. И. Суханов. – М. : Статут, 2019. – Т. 2. - С. 102.
7. Абдукодирова, Ш. Объективная необходимость формирования системы защиты авторского права в сети интернет / Ш. Абдукодирова, Ш. Хужаев // Общество и инновации. - 2021. - Т. 2, №. 4/S. - С. 27-33. - DOI:10.47689/2181-1415-vol2-iss4/S-pp27-33.
8. Костина, О. В. Наследование аккаунтов в социальных сетях как средство обеспечения баланса интересов граждан и предпринимателей / О. В. Костина, А. И. Черненко, Л. А. Омарова // Юридическая наука. – 2022. - № 6. - С. 53-56. - DOI: 10.24412/2220-5500-2022-6-53-56.
9. Белькова, Е. Г. Авторские права на составное произведение / Белькова Е. Г., Белькова Л. К. // Проблемы современного законодательства России и зарубежных стран: материалы VIII Междунар. науч.-практ. конф., Иркутск, 27 сент. 2019 г. – Иркутск: Иркутский институт (филиал) ВГУЮ (РПА Минюста России), 2019. – С. 109-114.
10. Хохлов, В. А. Авторское право: законодательство, теория, практика / В. А. Хохлов. - М. : Издательский Дом «Городец», 2012. – 286 с.
11. Ионас, В. Я. Произведения творчества в гражданском праве / В. Я. Ионас. - М. : Юридическая литература, 1972. – 168 с.
12. Бурханова, Л. М. Особенности конституционно-правовой защиты интеллектуальной собственности в Республике Узбекистан: национальный и международный опыт / Л. М. Бурханова // Правовая защита интеллектуальной собственности: проблемы теории и практики : электрон. сб. материалов Междунар. науч.-практ. конф., Новополюцк, 26 мая 2023 г. / редкол.: В. А. Богоненко (отв. ред.) [и др.]. – Новополюцк : Полоц. гос. ун-т им. Евфросинии Полоцкой, 2023. – С. 10-16.
13. Бурханова, Л. М. Вопросы совершенствования правового регулирования нематериальных благ как особого объекта гражданского права в проекте новой редакции Гражданского кодекса Республики Узбекистан / Л. М. Бурханова // Правовая защита интеллектуальной собственности: проблемы теории и практики : сб. материалов Междунар. науч.-практ. конф., Новополюцк, 28 мая 2021 г. / редкол.: В. А. Богоненко (отв. ред.) [и др.]. – Новополюцк, 2021. – С. 19-22.
14. Бурханова, Л. М. Защита средств индивидуализации в сетях Интернет посредством доменных имен / Л. М. Бурханова // Правовая защита интеллектуальной собственности: проблемы теории и практики : материалы Междунар. науч.-практ. конф., Новополюцк, 17–18 мая 2019 г. / редкол.: В. А. Богоненко (отв. ред.), Н. А. Бесецкая, И. В. Вегера. – Новополюцк, 2019. – С. 43-47.