

Критерии добросовестной пародии как случая свободного использования произведения

Научный руководитель – Ворожевич Арина Сергеевна

Лемяцких Екатерина Олеговна

Студент (бакалавр)

Московский государственный университет имени М.В.Ломоносова, Юридический факультет, Москва, Россия

E-mail: katir@yandex.ru

С принятием 4 части Гражданского кодекса РФ вступило в силу положение, прямо регулирующее статус пародии в российском законодательстве. Однако все еще не выделены конкретные критерии определения правомерной пародии, поэтому целесообразно рассмотреть предполагаемые критерии в данной работе.

Мы рассмотрим вначале критерии, выделенные в российской доктрине, а потом перейдем к фрагментам четырехступенного теста, выработанного в США:

1) Творческий, преобразовательный характер

Пародия должна представлять собой нечто новое, чтобы оправдать использование чужого обнародованного произведения. А оправдать это может реализация интереса общества в развитии искусства и творчества.

Однако, творческий вклад, в некоторых случаях, может носить формальный или незначительный характер, так, например, М.А.Зайцев в своей статье «Пародия в США: подходы, выработанные в судебной практике»[1] упоминал дело *Brownmark Films, LLC v. Comedy Partners* в котором суд США встал на сторону ответчика. В одном из эпизодов телесериала *South Park* ответчик воспроизвел юмористическую песню истца и его манеру исполнения через одного из мультипликационных персонажей, при этом никак не изменив слова и мотив песни. Однако ответчик заявил, что данное использование было необходимо, так как целью пародии было высмеивание людей, готовых совершать любые поступки в интернете для того, чтобы стать знаменитыми.

2) Комичность (юмористическое намерение или критика оригинальной работы)

Суд ЕС, в своем решении по делу *C-201/13 Johan Deckmyn and Another v Helena Vandersteen and Others* (далее 'Deckmyn') указал два критерия пародии, один из которых «представлять собой выражение юмора или насмешки»[2]. Это дело поставило ряд вопросов:

1. Как сбалансировать интересы автора и свободу выражения пародистов?

Суд заявил, что «хотя пародия не может быть запрещена только потому, что автор пародируемого произведения не одобряет его», но если пародия передает информацию, которая противоречит основным ценностям общества, то она должна быть запрещена. То есть, автор имеет законный интерес в том, чтобы его произведение не ассоциировалось с пародией, если она имеет дискриминационное/расистское содержание.

2. Автор пародии должен иметь «намерение» сделать пародию смешной, или же пародия должна обладать юмористическим «эффектом»?

Этот вопрос решается по-разному в европейских странах. Так, например, во Франции есть определенные «*lois de genre*»[3] - законы жанра, которые говорят о том, что пародия обязательно должна быть смешной. Но требование юмористического эффекта также ставит вопрос о том, как оценивать «юмор» произведения: это должен делать судья, разбирающий дело, или же это оценивается в соответствии со стандартами конкретного государства? Или же «средний потребитель» как в законе о товарных знаках? Однако видится,

что определение юмористического эффекта будет слишком затратным и субъективным, поэтому достаточно будет простого изначального намерения автора или же критики, что будет рассмотрено далее.

3) Объект пародирования

В некоторых случаях, даже юмористическое намерение не обязательно: так, в деле *Suntrust v. Houghton* суд США признал сиквел добросовестной пародией, хотя это была критика, а не насмешка. Основным критерием же суд назвал направленность критики пародии на оригинальную работу (хоть суд и признал, что определенному кругу читателей эта пародия может показаться забавной). Таким образом, суды США рассматривают пародию как форму социального комментария[1] и освобождают себя от издержек, связанных с определением смешного. Мнение суда ЕС в деле *Deckmyn* было кардинально противоположным: пародия может быть направлена как на исходную работу (parody of), так и на что-либо другое (parody with)[5]. А между тем, по нашему мнению, этот критерий в определении добросовестности пародии является основным и неотъемлемым, так как иная ситуация слишком расширяет это изъятие из исключительного права и создает условия для злоупотребления.

4) Цель создания пародии: должна быть добросовестной

В судебной практике США часто не берут в расчет этот критерий в аспекте коммерческого характера, так, например, в деле *Campbell v. Acuff-Rose Music Inc* суд высказал мнение, что добросовестность пародии в данном случае не связана с ее коммерческим или некоммерческим характером. Видится справедливым, что получение автором прибыли не будет нарушением интересов автора оригинального произведения, так как добросовестная пародия чаще всего, наоборот, имеет стимулирующий экономический эффект.

Намного важнее в этом критерии то, что пародия не должна иметь цель затмить автора, вызвать смещение с оригиналом или украсть его славу, через обход авторского права, то есть пародия может подшучивать, высмеивать оригинал, но она не должна унижать достоинство автора, носить оскорбительный характер[7], а также иметь цель навредить ему.

5) Объем заимствования или узнаваемость

Этот критерий является одним из самых сложных, и в каждом конкретном случае должен рассматриваться особым образом. Постараемся разбить этот критерий на подпункты, выделяемые различными авторами:

1. Независимость. И. Герритс пишет, что пародия представляет собой добросовестное использование тогда, когда достаточно внутренне отдалена от изначального произведения и узнается как таковая[8]. То есть пародия должна вносить новый творческий вклад.

2. Стойкая ассоциативная связь с произведением. Для массового зрителя должно быть с первого взгляда понятно, что это именно пародия, переосмысление, а не то, что способно конкурировать как самостоятельное произведение. Поэтому при пародии возможно использовать, по нашему мнению, не только обязательные элементы, но и побочные, необходимые для ассоциирования

Определенными авторами[6] предлагается такой механизм определения превышения объема заимствования: если для узнаваемости оригинала и для творческого посыла можно исключить заимствованную часть оригинала из пародии совсем или частично (например, использовалось музыка целиком, а можно лишь ее часть) - то тогда объем превышен. Этот метод видится хорошим решением.

6) Экономический эффект пародии (можно рассматривать в составе с объемом заимствования).

Этот критерий можно рассматривать как обязательный не всегда, так как сложно с точностью отследить экономическое влияние пародии. Но однозначно стоит сказать, что

добросовестная пародия должна положительно влиять на оригинал. Она будет стимулировать людей ознакомиться с исходным произведением. Произведение же, где объем заимствования превышен, наоборот, лишит смысла просмотр оригинальной работы.

Источники и литература

- 1) А.М. Зайцев "Журнал Суда по интеллектуальным правам", № 19, март 2018 г., с. 75-79
- 2) А. Ворожевич «Пародия как случай свободного использования объекта авторского права», журнал «Авторское право и смежные права» №10 октябрь 2019г.
- 3) В.А.Колосов «Пародия в системе авторского права», журнал «Закон» № 9 сентябрь 2013 г.
- 4) Липчик Д. Авторское право и смежные права. М., 2002. С. 102.
- 5) Case C-201/13 Deckmyn, paras 14 and 15
- 6) “Lorsque l’oeuvre a été divulguée, l’auteur ne peut interdire . . . [l]a parodie, le pastiche et la caricature, compte tenu des lois du genre” (Code de la propriété intellectuelle, consolidated version as to 18 August 2013, Art. L 122-5(4)).
- 7) Case C-201/13 Deckmyn, paras 14 and 15
- 8) Gerrits I.