

А.Г. Капустина

ПРАВОВОЙ РЕЖИМ ПРОИЗВЕДЕНИЙ ПУБЛИЦИСТИКИ

В научной литературе довольно много публикаций было посвящено проблемам правового регулирования содержания журналистских текстов, их соответствия нормам морали и права. В статье речь идет о проблемах юридического регулирования не содержания, а формы журналистских текстов, которое осуществляется на основе норм авторского права.

Капустина Анна Георгиевна — канд. филол. наук, препод. кафедры теории журналистики факультета филологии и журналистики Южного федерального университета

© 2007 г. А.Г. Капустина

Вот уже более десяти лет авторское право регулируется Законом «Об авторском праве и смежных правах», принятым в 1993 г., который охраняет произведения науки, литературы, искусства, как опубликованные, так и не вышедшие в свет. Журналистские материалы весьма сложно включить в рамки одной из указанных групп, поскольку они могут содержать элементы любой из них. Поэтому, опираясь на терминологию закона, будем их называть произведениями.

Большинство журналистских произведений имеют правовой режим **служебных**. В первую очередь это относится к произведениям штатных журналистов, работающих в редакциях по трудовому договору. Правовой режим служебных произведений устанавливает и регулирует статья 14 ФЗ «Об авторском праве и смежных правах». В этой статье сказано, что «авторское право на произведение, созданное в порядке выполнения служебных обязанностей или служебного задания работодателя, принадлежит автору произведения», а «исключительные права на использование служебного произведения принадлежат лицу, с которым автор состоит в трудовых отношениях (работодателю), если в договоре между ним и автором не предусмотрено иное» [Закон РФ «Об авторском...», 2005]. Это значит, что именно работодатель вправе распоряжаться созданным журналистом материалом: напечатать его, включить в сборник, продать другому изданию. Важно помнить, что действующий закон «Об авторском праве и смежных правах» сохраняет за работодателем полученные им авторские права и по-

сле прекращения трудового договора. За журналистом сохраняются все личные неимущественные права: право авторства, право на имя, право на обнародование, право на отзыв, право на защиту репутации автора (п. 1 ст. 15 закона РФ «Об авторском праве и смежных правах»).

Служебные произведения определяются как произведения, создаваемые в порядке выполнения служебных обязанностей, обусловленных наличием между автором и другим лицом трудовых отношений. Трудовые отношения регулируются Трудовым кодексом РФ, а служебные обязанности четко прописываются в трудовом договоре.

Важно помнить, что характер выполняемой работы журналистом может не считаться служебным заданием, если это задание выходит за рамки его служебных обязанностей, которые всегда прописаны в трудовом договоре, или за пределы норм труда. Для точного определения, находится ли данное задание в рамках служебных обязанностей или нет, юристы советуют внимательно знакомиться с должностными инструкциями, приказами, распоряжениями по предприятию.

С 1 января 2008 г. вступает в силу IV часть Гражданского кодекса РФ, принятая 24 ноября 2006 г., с введением в действие которой ФЗ «Об авторском праве и смежных правах» утратит юридическую силу. Четвертая часть содержит немало существенных нововведений, которые касаются и служебных произведений. Введенные нормы направлены на защиту прав авторов служебных произведений. Если закон об авторском праве сохранял исключительные права на служебное произведение за работодателем на бессрочный период, то IV часть Гражданского кодекса ограничивает этот срок до трех лет при определенных условиях: «Если работодатель в течение трех лет со дня, когда служебное произведение было предоставлено в его распоряжение, не начнет использование этого произведения, не передаст исключительное право на него другому лицу или не сообщит автору о сохранении произведения в тайне, исключительное право на служебное произведение принадлежит автору» (ст. 1295 ГК РФ) [Гражданский..., 2007].

Кроме того, статья 1295 гарантирует автору право на вознаграждение не только в случае, когда работодатель в необходимый срок начал использовать служебное произведение, но и тогда, когда работодатель передал исключительное право на служебное произведение другому лицу. Автор приобретает указанное право на вознаграждение и в случае, когда работодатель принял решение о сохранении служебного произведения в тайне и по этой причине не начал использование этого произведения в указанный срок. Размер вознаграждения, условия и порядок его выплаты работодателем определяются договором между ним и работником, а в случае спора судом (абз. 3 п. 2 ст. 1295 ГК РФ).

Таким образом, статья 1295 IV части ГК РФ, регулирующая институт служебных произведений, предоставляет автору больше прав от-

носителем созданного им служебного произведения, чем ст. 14 закона об авторском праве.

Статья 14 действующего закона теоретически регламентирует правовой режим всех произведений, созданных журналистами в порядке выполнения служебных обязанностей. Однако на практике не все произведения публицистики являются объектами авторского права и соответственно охраняются законом, который признает объектами авторского права только те произведения, которые являются результатом творческой деятельности (ст. 6), и поэтому логично исключает некоторые виды произведений из объектов авторского права, например произведения информационного характера.

Все материалы, опубликованные в газетах или журналах, выражены в определенной жанровой форме: заметки, статьи, корреспонденции, репортажи, интервью, рецензии, обзоры и т.д. Теория жанров периодической печати делит их на три основные группы: информационные, аналитические и художественно-публицистические. Любой журналист в силу специфики своей работы практически ежедневно создает тексты в разной жанровой форме. Многие журналистские материалы являются оригинальными, творческими произведениями, поскольку воплощают и отражают как профессиональный уровень автора-журналиста, так и его неповторимый стиль.

В большей степени оригинальность журналиста проявляется в крупных аналитических, художественно-публицистических материалах, важными компонентами которых являются мнение автора, самостоятельно выстроенная им система аргументации, индивидуально подобранные изобразительно-выразительные средства, языковые приемы, художественные образы. Поэтому не возникает сомнений относительно того, что произведения, написанные в форме аналитических или художественно-публицистических жанров, являются результатом творческой деятельности и относятся к объектам авторского права. Создание статьи, корреспонденции, рецензии, обзора и т.д. задает определенные условия работы, где неизбежны и творческая составляющая, и оригинальность мысли автора.

Сложнее обстоит дело с материалами, относящимися к группе информационных жанров. Статья 8 Закона об авторском праве четко устанавливает, что сообщения о событиях и фактах, имеющих **информационный характер**, не являются объектами авторского права. Это исключение основывается на нормах Бернской конвенции об охране литературных и художественных произведений, где определено, что «охрана, предоставляемая настоящей Конвенцией, не распространяется на сообщения о различных событиях, имеющих характер простой пресс-конференции». Основным критерием является информационный характер материалов такого рода, что предполагает оперативность

и точность подачи информации. Так, заметка или отчет не будут охраняться авторским правом. Объяснения этому можно найти в самом Законе, в ст. 4 п. 6, где сказано, что объектом авторского права не может быть идея, метод, процесс, система, способ, концепция, принципы, открытия и факты. Информационные материалы как правило содержат исключительно факты без их интерпретации, в чем и заключается их прямое назначение в системе жанров периодической печати. Другое объяснение кроется в одном из ведущих критериев для объектов авторского права: требование оригинальности, творческой новизны что для информационных сообщений практически невозможно. Сошлемся также на мнение известного специалиста в сфере интеллектуальной собственности А.П. Сергеева, который считает, что «беспристрастная информация о том или ином факте является лишь точным его отражением и не включает в себя элементы творчества. Таковы, в частности, краткие сообщения телеграфных информационных агентств, официальная хроника, сообщения о криминальных происшествиях и т.п. Поскольку на первый план здесь выдвигаются точность и оперативность информации, она подается, как правило, в очень сжатом виде, не оставляющем места для проявления авторской индивидуальности. Единственное, на что вправе претендовать автор сообщения или впервые опубликовавший его орган СМИ, это требовать указания другими органами, сообщающими данную информацию, на источник ее первоначального обнаружения» [Сергеев, 2006].

Однако возникает сомнение, все ли материалы информационного характера не являются объектами авторского права? Помня о критерии оригинальности и новизны, юристы признают, что если информационный материал составлен в оригинальной форме, то возможность не применять данную статью допускается. «В случаях, когда сообщение о том или ином событии сопровождается авторским комментарием, оценками значимости происшедшего, прогнозами, анализом или иной интерпретацией, оно приобретает режим объекта авторского права» [Сергеев, 2006]. Например, репортажи А.В. Гиляровского бесспорно являются объектами авторского права.

Особый правовой режим у *интервью*. В теории газетных жанров интервью относится к группе информационных жанров и, тем не менее, в ряде случаев охраняется авторским правом. В юридической литературе и практике сложилось и устоялось мнение, что «авторские права на интервью принадлежат лицу, давшему интервью, и лицу, проводившему интервью, как соавторам, если иное не предусмотрено соглашением между ними» [Проблемы..., 1999]. Соавторство регулируется ст. 10 Закона РФ «Об авторском праве и смежных правах», где определено, что право на использование произведения в целом принадлежит соавторам совместно.

Объективности ради приведем и противоположное мнение еще одного уважаемого специалиста в области права средств массовой информации А.Г. Рихтера. Он считает, что все исключительные авторские права на интервью должны принадлежать журналисту, поскольку именно журналист «работает творчески обрабатывает ответы интервьюируемого, придумывает и продумывает вопросы» [Рихтер, 2002]. Таким образом, интервьюируемый не имеет права вмешиваться в работу журналиста над интервью или ограничивать его распространение в СМИ: «Соглашаясь на интервью, источник информации тем самым “авторизует” свои высказывания в смысле пункта 3 статьи 49 закона о СМИ. Поэтому никакого получения согласия на публикацию или согласования ответов на случай, если интервьюируемый вдруг изменит свою точку зрения или захочет по-другому изложить свою позицию, со стороны журналиста не требуется» [там же]. А.Г. Рихтер имеет в виду, что, работая над интервью, журналист обязан соблюдать требования, прописанные в п. 3 ст. 49 закона о СМИ: «удовлетворять просьбы лиц, предоставивших информацию, об указании на ее источник, а также об авторизации цитируемого высказывания, если оно оглашается впервые» [Закон «О средствах...», 2004].

В силу неоднозначности подходов и толкований правового режима интервью, подчеркнем необходимость индивидуального подхода к каждому отдельному материалу, созданному в этом жанре, поскольку критерию оригинальности и творческой новизны отводится решающая роль при разрешении спорных ситуаций.

Известный специалист по авторскому праву Э.П. Гаврилов считает, что при отнесении интервью к объектам авторского права «следует исходить из того, что лицо, дающее интервью (интервьюируемый), сообщает нечто новое, оригинальное, что его материал, вносимый в интервью, представляет собой результат творческой деятельности, который в соответствии с пунктом 1 статьи 6 закона об авторском праве охраняется авторским правом. С другой стороны, следует исходить из того, что и журналист, интервьюер, проявляет творчество при постановке вопросов, определении направления беседы... творчество журналиста может проявляться и после завершения беседы, когда он придает более совершенную, оригинальную форму интервью: в газетах и журналах это внесение изменений, выходящих за пределы обычного редактирования, на радио и в телевидении монтаж или дополнительное включение в материал беседы тех или иных вопросов, различные дополнения, комментарии. Творческая работа обоих участников интервью сочетается с обоюдным согласием, направленным на создание и определенное использование интервью» [Гаврилов, 1997].

Таким образом, Гаврилов выделяет два ведущих, необходимых признака соавторства, для того чтобы считать интервью объектом автор-

ского права: творческий труд журналиста и интервьюируемого и их соглашение о создании коллективного произведения.

По мнению Э.П. Гаврилова, журналист и интервьюируемый имеют право на получение гонорара за созданный продукт. А.Г. Рихтер считает, что данное право принадлежит исключительно журналисту. Финансовая сторона, по-прежнему, остается деликатным вопросом, поэтому условия выплаты вознаграждения юристы советуют оговаривать в договоре между журналистом и пользователем конечного продукта, а также между журналистом и интервьюируемым лицом. «Пользователь обязан выплачивать гонорар обоим соавторам в равных долях, если только иное не предусмотрено законом, соглашением между соавторами и договором об использовании произведения» [Гаврилов, 1997].

Интересным считаем отметить двойственную, на наш взгляд, природу правового режима интервью. Интервью журналист берет, как правило, по заданию редакции, т.е. выполняет свои служебные обязанности. Тогда полученный материал вполне может считаться служебным произведением с соответствующим ему правовым режимом. В то же время журналист наряду с интервьюируемым признается соавтором полученного материала. Однако правовой режим института служебных произведений и института соавторства разные. Имущественные права на служебные произведения принадлежат работодателю, и журналист не вправе распоряжаться таким произведением. Институт соавторства сохраняет за соавторами все имущественные и личные неимущественные права, т.е. дает журналисту право распоряжаться своим материалом по собственному усмотрению: например, получить вознаграждение. Позволим себе оставить открытым вопрос отнесения интервью к служебным произведениям. Для избежания конфликтных ситуаций советуем журналистам оговаривать в трудовых договорах условия проведения и последующего использования интервью особо.

Таким образом, несмотря на то, что сообщения информационного характера не признаются законом объектами авторского права, при возникновении спорных ситуаций подход к произведениям такого рода должен быть индивидуальным и учитывать критерии оригинальности и творческой новизны.

Нельзя оставить без внимания еще один не менее существенный момент. Объектами авторского права могут быть признаны и отдельные части произведения, в том числе его название. Это положение включено в п. 3 ст. 6 Закона об авторском праве: «часть произведения (включая его название), которая удовлетворяет требованиям пункта 1 настоящей статьи [т.е. является результатом творческой деятельности. – *Прим. автора*] и может использоваться самостоятельно, является объектом

авторского права». IV часть Гражданского кодекса РФ это правило сохраняет (п. 7 ст. 1259 ГК РФ).

Согласно этой норме, объектом авторского права может стать только заголовок информационного сообщения, заметки или отчета, составленный в неожиданной оригинальной форме, в то время как сам текст информационного сообщения авторским правом охраняться не будет. Принимая во внимание коммуникативную функцию любого заголовка, направленную в том числе и на привлечение внимания читателя, подобные ситуации весьма часто встречаются в печатных СМИ. Приведем пример из журналистской практики ныне уважаемого профессора. В свое время им была написана заметка о выпуске первых цветных телевизоров. Содержание заметки ограничивалось фактическим материалом. Однако заголовок отразил эмоциональную составляющую текста и самого события: «Какого цвета глаза у ведущей телепрограммы?». Оригинальность и творческая составляющая заголовка очевидны.

Подводя итоги, отметим, что в современной теории журналистики вся разнообразная палитра газетно-публицистических жанров обретает юридические формы. Это еще одна сфера взаимодействия журналистики и законодательства, которая иногда может вызвать столь же острые споры, проблемы и конфликты, как иски к СМИ за несоответствующие действительности сведения в журналистских публикациях. Эти конфликты чаще бывают внутрицеховыми и не влекут разрушительных последствий для СМИ. В то же время они являются показателем соблюдения прав журналистов самой редакцией и работодателем, а также отражением уровня этико-правовой культуры отдельно взятого издания и индустрии СМИ в целом.

ЛИТЕРАТУРА

1. Закон РФ «Об авторском праве и смежных правах» № 5351–1 от 09.07.1993 г. М., 2005.
2. Гражданский кодекс Российской Федерации. Ч. 4. М., 2007.
3. *Сергеев А.П.* Право интеллектуальной собственности в Российской Федерации. М., 2006. С. 122.
4. Проблемы интеллектуальной собственности в Гражданском кодексе России: Материалы междунар. науч.-практ. конф.: Тр. по интеллектуальной собственности. Т. 1. М., 1999. С. 69.
5. *Рихтер А.Г.* Правовые основы журналистики. М., 2002. С. 188.
6. Закон РФ «О средствах массовой информации» № 2124–1 от 27 декабря 1991 г. М., 2004
7. *Гаврилов Э.* Авторские права на интервью // Законодательство и практика СМИ. 1997. № 7 // www.medialaw.ru