

Интеллектуальные права на показ мод

Научный руководитель – Давтян Нарине

Тунян Анна Араиковна

Аспирант

Российско-Армянский (Славянский) университет, Институт права и политики, Кафедра гражданского права и гражданско-процессуального права, Ереван, Армения

E-mail: anntunyan@gmail.com

В настоящее время модный показ - гораздо больше, чем представление модных дизайнов на подиуме. Модные показы включают в себя реальные рассказы и выступления, связаны со значительными вложениями и участием большого количества участников. Примеры варьируются от уникального летнего подводного показа моды, снятого Сэмом Шером для журнала LIFE еще в 1947 году до культового дефиле Fendi на воде фонтана Треви в Риме или карусели Louis Vuitton с черными перьями и кружевами или, разрушительного показа Gucci в больничной операционной, включая модели, идущие со скульптурами собственных отрубленных голов.

Правовой статус показов мод разработан в национальной правоприменительной практике иностранных государств.

Особый интерес для анализа представляет судебная практика Франции по защите модных показов. Одним из первых споров является дело *Ashby v Gaulme, Kenzo et Lacroix*, где Верховный суд Франции в 2008 г. открыл новое направление в системе законодательства о моде, постановив, что показы мод могут быть защищены авторским правом [2]. Суд усмотрел нарушение авторских прав не только в отношении одежды, но и в отношении самих показов мод. Сущность дела состояла в том, что Французской федерацией моды и пятью компаниями высокой моды (включая Chanel, Christian Dior и Hermes) был представлен иск против трех фотографов, которые загрузили на веб-сайт фотографии и видеоролики с модных показов [1]. Фактически, Французская федерация моды разработала строгую систему контроля использования фотографий, сделанных во время показов мод, в соответствии с которой только фотографам, указанным организациями печати, которые согласились со стандартными условиями контракта, разрешалось использовать фотографии и только в информационных целях. Эшби Дональд и два других фотографа утверждали, что им было разрешено загружать фотографии в Интернет для целей освещения текущих событий в соответствии со статьей L. 122-5, № 9 французского кодекса об интеллектуальной собственности, а также статьей 10 («Свобода выражения мнения») Европейской конвенции о правах человека. В соответствии с этими положениями автор произведения, защищенного авторским правом, не может препятствовать воспроизведению или сообщению общественности, полностью или частично, графического, архитектурного или художественного произведения в письменной, аудиовизуальной или онлайн-форме исключительно с целью немедленного информирования публике, если четко указано имя автора. Но Апелляционный суд Парижа постановил, что фотографы нарушили авторские права заявителей не только на одежду, но и на показы мод.

Общая конструкция, использование музыки, цветов, освещения и стиля полосы в целом, в соответствии с законодательством Франции, могут быть защищены авторским правом, и, таким образом, несанкционированная публикация изображений, воспроизводящих показ мод представляет собой нарушение авторских прав [3].

Итальянские правоведы, изучив правовое положение показов мод по итальянскому праву, сформулировали вывод о возможности защиты модных показов нормами автор-

ского права в качестве хореографического произведения (в случае фиксации) или объекта авторского права *sui generis* [4].

Интересным представляется также вопрос об авторе модных показов, так как последние попадают под категорию «коллективных работ» и, хотя являются результатом работы ряда участников (архитекторов, декораторов, звукооператоров, светотехников, парикмахеров, визажистов, швеи и т. д.) автором должен считаться директор, который отвечает за разработку и организацию такой работы. Обычно модные дома назначают известных арт-директоров для создания и координации модных показов. Что касается моделей, то они должны передавать свои имущественные права организаторам модного показа.

Кроме того, защита авторских прав может сопровождаться дополнительными инструментами, такими как зарегистрированные или незарегистрированные проекты для отдельных элементов сцены или хореографии или недобросовестной конкуренции, если общий вид и ощущение бывших показов мод имитировались.

Современная индустрия моды немыслима без модных показов. Последние являются серьезным стимулом для развития данной отрасли, что может привести к широкому использованию интеллектуальных и творческих возможностей потенциальных авторов. Кроме того, развитие этой сферы обеспечит создание дополнительных рабочих мест. По этой причине предлагаем модный показ предусмотреть в качестве отдельной разновидности объекта авторского права, а именно аудиовизуального произведения. В противном случае модные показы могут восприниматься как обычные информационные телепередачи, имеющие новостной характер. Чтобы исключить возможное злоупотребление в этой сфере, показы мод должны быть специально указаны в качестве объектов, защищаемых авторским правом. Следует также отметить, что модный показ должен приравниваться к опубликованию произведения модного дизайна и, следовательно, с момента модного показа должна предоставляться также авторско-правовая защита показанным изделиям.

Источники и литература

- 1) Ashby v Gaulme, Kenzo et Lacroix, Court of Appeal of Paris, 13e chambre, 17 January 2007.
- 2) Ashby v Gaulme, Kenzo et Lacroix, French Court of Cassation, 5 February 2008.
- 3) Burbidge Rosie. European Fashion Law. A Practical Guide from Start-up to Global Success 63 // Edward Elgar Pub. 2019.
- 4) Varese Elena and Mazza Valentina. The Protection of Fashion Shows: An Uncharted Stage // Laws. 2019.