

## **ВИЗНАЧЕННЯ КАТЕГОРІЇ «ОСНОВНИЙ ОБ'ЄКТ ВИКОРИСТАННЯ» ЩОДО ЗОБРАЖЕНОЇ НА ФОТОГРАФІЧНОМУ ТВОРІ ОСОБИ**

На відміну від частини першої статті 307 Цивільного кодексу України [1], яка встановлює порядок правомірності створення фотографічних творів з зображенням фізичної особи на вулиці, на зборах, конференціях та інших заходах публічного характеру, пунктом 2 частини першої статті 152.1 Цивільного кодексу Російської Федерації[2] визначено умову, за дотримання якої фотографії з зображенням особи, створені у місцях відкритих для вільного доступу чи на публічних заходах можуть використовуватися без згоди зображеної особи. Її суть полягає у тому, що зображення фізичної особи не повинно бути основним об'єктом використання.

При формуванні даного правила, на жаль, у законодавстві так і не було закріплено відповідних роз'яснень щодо його ознак та критерії визначення, що перешкоджає реалізації фізичними особами права на зображення та створює багато спорів.[3 с.34] На погляд К.Г. Вивчарук, формулювання «основний об'єкт використання» дозволяє припустити наявність основного об'єкту і побічного. Автор також наголошує на доцільності конкретизації цієї умови.[4 с.104]

Деякі дослідники намагаються дати власне тлумачення категорії «основний об'єкт використання».

Наприклад, на погляд С.П. Гришаєва, основним змістом матеріалу, що використовується за результатами подібних зйомок, має бути саме публічне місце або захід, але не образ конкретної особи. Інакше кажучи, зображення особи має служити своєрідним фоном заходів, які ілюструються, і використовуватися тільки у зв'язку з її перебуванням у конкретному місці (на конкретному заході) і таким чином, щоб не акцентувати увагу третіх осіб, які сприймають інформацію, на зображенні особи. Наприклад, зображення

громадянина може бути наведено навіть крупним планом, але за умови, що такий великий план не є панівним на конкретному зображенні публічного місця (заходу). При цьому таке зображення не може бути використане поза зв'язку з тим місцем (заходом), де і в рамках чого воно було зроблено.[5 с.48-53]

При дослідженні даної категорії І. Іванов розрізняє два трактування даного поняття. Перше трактування схоже с наведеною позицією С. П. Гришаєва та передбачає з'ясування ролі, яку відіграє зображення обличчя в тій чи іншій формі використання. У цьому випадку зображення громадянина розглядається не саме по собі, а як елемент системи, в яку воно включено. Якщо зображення використовується на інформаційному стенді чи на сторінці сайту, інформаційні матеріали яких впорядковані і підпорядковані єдиній меті (такою може бути висвітлення напрямків діяльності підприємства, установи, громадського об'єднання), то кожна окремо взята фотографія в системі подібного роду не може бути основним об'єктом використання. Якщо зображення обличчя, отримане в ході публічного заходу, використовується в газетній публікації, присвяченій даній особі, тобто несе на собі весь сенс, то його слід визнавати основним об'єктом використання. Друге трактування ставить в основу тільки площу, яку займає зображення особи у кадрі. У цьому випадку використання зображення, не так вже й важливо. Значення матиме відсоткове співвідношення і конкретний його показник, перевищення якого переводить зображення громадянина в розряд основного об'єкта використання. Іншими словами, якщо в газетній публікації, присвяченій якій-небудь персоні, використовується отримане в ході публічного заходу зображення зазначеної особи, але при цьому воно займає 10 % кадру, то логічно припускати, що зображення особи не є основним об'єктом використання.[6 с.13]

Зазначені позиції є досить цікавими, але слід висловити деякі зауваження. Наприклад, щодо випадку, коли головним для визначення «основного об'єкту використання» є розрахунок місця зображення на творі. У такому разі якщо йдеться про зображення знаменитої особи на маловідомому заході чи у маловідомому публічному місці, будь-який відсоток зображення знаменитої особи у кадрі може слугувати рекламою даного заходу чи місця. У такому разі

фотографія, на якій зображення особи займає навіть менше 10% загальної площі, є доброю рекламою даного закладу чи заходу. Крім цього, не слід забувати про масштаб відтворення фотографії. Якщо фотографія відтворення в якості великого рекламного плакату, то 10% від загальної площі – це достатньо, щоб побачити особу. Крім цього, слід враховувати чи було внесено зміни у фотографію за допомогою спеціальних програм. У випадку, коли використовується м'який фокус для редагування, зі всієї фотографії можна звернути увагу тільки на зображення фізичної особи, яке є незмінним. Отже, з урахуванням викладених аргументів точка зору про важливість врахування відсотків площі, яку на загальному фоні займає зображення фізичної особи видається помилковою.

Таким чином слід визнати вірним для визначення основного об'єкту використання з'ясування ролі, яку відіграє зображення обличчя в тій чи іншій формі використання, коли зображення фізичної особи розглядається не саме по собі, а як елемент системи, в яку воно включено.

### **Література:**

1. Цивільний кодекс України від 16.01.2003 р. № 435-IV // Офіційний вісник України. – 2003. – №11. – Ст. 461.
2. Гражданский кодекс Российской Федерации (часть первая) от 30.11.1994г. № 51-ФЗ (ред. от 23.07.2013 г.) // СЗ РФ, 05.12.1994г., № 32, ст. 3301.
3. Скакалина А.А. Проблемы охраны изображения гражданина, размещенного в сети Интернет // Материалы XLVIII Международной студенческой конференции «Студент и научно-технический прогресс», 10-14 апреля 2010 г.: Государство и право. – Новосибирск, СибАГС, 2010. – С. 34-35.
4. Вивчарук К.Г. К вопросу об охране изображения гражданина // Актуальные проблемы гуманитарных и социально-экономических наук: Сборник материалов Седьмой международной заочной научно-практической конференции. В 4 ч. / Под ред. канд. тех. наук, профессора генерал-майора М. М. Горбунова. – Саратов-Вольск: ООО Изд-во «Наука», ВФВАМТО, 2013. – Ч.

1. Актуальные проблемы отечественной истории и историографии. Актуальные проблемы социально-политических наук. – С. 103-106.

5. Гришаев С.П. Право гражданина на изображение // Гражданин и право. – 2012. – № 9. – С. 48-53.

6. Иванов И. Портрет неизвестного // ЭЖ-Юрист. – 2012. – № 47. – С. 13.

*Кулініч Ольга Олексіївна – кандидат юридичних наук, доцент, докторант кафедри права інтелектуальної власності та корпоративного права Національного університету «Одеська юридична академія»*