

ФЕДЕРАЛЬНАЯ СЛУЖБА ПО ИНТЕЛЛЕКТУАЛЬНОЙ СОБСТВЕННОСТИ
ФГБОУ ВО РОССИЙСКАЯ ГОСУДАРСТВЕННАЯ АКАДЕМИЯ
ИНТЕЛЛЕКТУАЛЬНОЙ СОБСТВЕННОСТИ
(РГАИС)

Факультет управления интеллектуальной собственностью
Кафедра «Управления инновациями и коммерциализации
интеллектуальной собственности»

Курсовая работа

по дисциплине «Основы Экономики и Управления Интеллектуальной
Собственностью»

Тема: «Управление интеллектуальной собственностью в музыкальной
индустрии»

Выполнил: студент гр. ЭМ-011(2)

Попов Степан Сергеевич

Проверил: Доцент кафедры УИиКИС

Васильева Юлия Сергеевна

Москва, 2022

Оглавление

Введение.....	3
Глава I.....	5
Музыкальное произведение, как часть правовой нормы.....	5
Личные неимущественные права.....	6
Имущественные права.....	7
Субъекты музыкальной индустрии.....	10
Права и обязанности субъектов музыкальной индустрии.....	13
ОКУПы и их роль.....	14
Что такое коллективное управление правами?.....	14
ОКУПы в Российской Федерации.....	15
Глава II.....	19
Заработок субъектов музыкальной индустрии.....	19
Заработок артиста со стриминга.....	19
Заработок с live-концертов.....	21
Заработок от продаж.....	22
Заработок цифрового дистрибьютора.....	23
Проблемы музыкальной индустрии.....	24
Очищение прав.....	24
Фонограммы.....	25
Наследование прав.....	26
Вывод.....	28
Список использованной литературы.....	30
Приложение 1.....	31
Приложение 2.....	32

Введение

Актуальность данной курсовой работы обусловлена тем, что в настоящее время особенно остро стоит вопрос неправомерного и безграмотного использования объектов интеллектуальной собственности (далее – ОИС). В частности, музыкальная индустрия сильно подвержена этому явлению, так как порог входа в обозримое поле, непосредственно, создателей и исполнителей практически отсутствует. Каждый человек может стать прямым участником взаимодействий на музыкальном рынке. Более того, каждый человек уже является субъектом отношений, возникающих на основе потребления того или иного музыкального контента, тем самым, вступая во взаимодействие с крупными владельцами/правообладателями/лицензиатами и тд. произведений.

Управление интеллектуальной собственностью (далее – УИС) один из основополагающих концептов существования современных бизнес-индустрий. Осуществление прямых действий, связанных с Результатами Интеллектуальной Деятельности (далее – РИД), влекущих за собой важнейшие последствия, есть основная задача для менеджера, чья деятельность целиком и полностью связана с интеллектуальной собственностью (ИС), её аудитом, учётом и распоряжением. УИС на данном этапе развития общества играет одну из ключевых ролей на сцене упорядочивания правоотношений между обладателями прав, их приобретателями и иными участниками этого процесса и увеличения прибыльности фирм.

Вопросами, побудившими к написанию данной курсовой работы, стали – «Кто принимает непосредственное участие в процессе работы с музыкальным продуктом?», «Какие существуют проблемы в индустрии?», «Как формируется заработок субъектов музыкальной сферы?».

Объектом работы станет музыкальная индустрия в целом, её составные части и субъекты.

Предметом работы выбран объём отношений, исключая психологические и социологические, в области создания, продакшена и постпродакшена музыкального произведения.

Глава I.

Музыкальное произведение, как часть правовой нормы

В качестве примера будет выступать музыкальное произведение. Статья 1259 Гражданского кодекса РФ делит музыкальные произведения на два типа: с текстом и без него. В первом случае речь идет по большому счету о песнях, во втором – лишь о музыкальной композиции, при этом сам текст песни является самостоятельным произведением литературы.

Музыкальное произведение без текста является определенной комбинацией звуков, у которой существует автор, обозначивший определенную последовательность нот, а затем объективно выразивший все это, например, записав ноты на бумаге. У такого произведения может быть один автор или несколько (возникает соавторство).

Музыкальное произведение с текстом отличается тем, что вместе с инструментальными партиями присутствует и текст, как правило, в стихотворной форме. Наиболее распространенный вид таких произведений – песни. У песен, таким образом, присутствуют два автора – композитор (создатель музыки) и поэт (автор текста), причем именно они указываются в качестве авторов, следовательно, можно говорить о наличии соавторов, причем это как раз тот случай, когда оба результата творческой деятельности могут быть использованы отдельно. Авторское право на любой результат творчества возникает у его автора в момент создания произведения. Поэтому, если и текст, и музыка для песни написаны одним и тем же человеком, все очень просто - ему и принадлежит авторское право на песню в целом. Все несколько сложнее в том случае, если слова писал один человек, а музыку сочинил другой. Каждый из них является автором и обладателем прав в полном объеме на свое произведение:

поэт - на стихи;

композитор - на музыку.

Итак, вернемся к тому, кто такой автор, автор – это любой человек, который что-то создал. В нашем случае, композитор и поэт. Закон защищает их права на созданные ими произведения, главное, чтобы они были созданы творческим трудом. У каждого автора есть права — личные и имущественные. Личные права неотделимы от личности автора, их нельзя передать кому-либо. А исключительное, имущественное, право разрешает автору использовать произведение в своих целях, в том числе коммерческих, но запрещает это остальным людям. Исключительное право можно купить по договору или унаследовать. Все это в целом — авторские права.

Личные неимущественные права.

Право авторства - право признаваться автором произведения и *право автора на имя* - право использовать или разрешать использование произведения под своим именем, под вымышленным именем (псевдонимом) или без указания имени, то есть анонимно. Эти права неотчуждаемы и непередаваемы, в том числе при передаче имущественных прав на произведение, отказ от этих прав ничтожен.

Право на обнародование произведения - право осуществить действие или дать согласие на осуществление действия, которое впервые делает произведение доступным для всеобщего сведения путем его опубликования, публичного показа, публичного исполнения, сообщения в эфир или по кабелю либо любым другим способом. При передаче прав на произведение автор передает и право на обнародование, при этом именно автор определяет способ обнародования своего произведения. При этом автор имеет право до фактического обнародования произведения отказаться от ранее принятого решения о его обнародовании (*право на отзыв*) при условии возмещения лицу, которому было переданы имущественные права на произведение, причиненных таким решением убытков.

Право на неприкосновенность произведения означает, что не допускается без согласия автора внесение в его произведение изменений, сокращений и дополнений, снабжение произведения при его использовании иллюстрациями, предисловием, послесловием, комментариями или какими бы то ни было пояснениями. В определенных законом случаях автор может дать согласие на внесение в будущем изменений, сокращений и дополнений в свое произведение, на снабжение его при использовании иллюстрациями и пояснениями, если это вызвано необходимостью (исправление ошибок, уточнение или дополнение фактических сведений и т.п.), при условии, что этим не искажается замысел автора и не нарушается целостность восприятия произведения.

Имущественные права.

В праве интеллектуальной собственности имущественные права в комплексе образуют исключительное право. Исключительное право представляет собой совокупность принадлежащих гражданину или юридическому лицу, то есть правообладателю, прав на использование по своему усмотрению любым не противоречащим закону способом результата интеллектуальной деятельности, а также на запрещение или разрешение такого использования другими лицами. Таким образом, обладатель исключительного права, во-первых, сам использует результат интеллектуальной деятельности, во-вторых, запрещает или разрешает его использование другим лицам. Особенность обладания исключительным правом заключается в том, что это приносит доход, то есть является в большинстве случаев возмездным.

Автор изначально является и обладателем исключительного права, однако впоследствии может его передать другому лицу, то есть автором и правообладателем будут являться разные субъекты.

Для каждого результата интеллектуальной деятельности существует свой, определенный законом комплекс имущественных прав.

Использованием музыкального произведения считается:

- 1) *воспроизведение произведения*, то есть изготовление одного и более экземпляра произведения или его части в любой материальной форме, в том числе в форме звуко- или видеозаписи, изготовление в трех измерениях одного и более экземпляра двухмерного произведения и в двух измерениях одного и более экземпляра трехмерного произведения. При этом запись произведения на электронном носителе, в том числе запись в память ЭВМ, также считается воспроизведением. Не считается воспроизведением краткосрочная запись произведения, которая носит временный или случайный характер и составляет неотъемлемую и существенную часть технологического процесса, имеющего единственной целью правомерное использование произведения либо осуществляемую информационным посредником между третьими лицами передачу произведения в информационно-телекоммуникационной сети, при условии, что такая запись не имеет самостоятельного экономического значения;
- 2) *распространение произведения* путем продажи или иного отчуждения его оригинала или экземпляров;
- 3) *публичный показ произведения*, то есть любая демонстрация оригинала или экземпляра произведения непосредственно либо на экране с помощью пленки, диапозитива, телевизионного кадра или иных технических средств, а также демонстрация отдельных кадров аудиовизуального произведения без соблюдения их последовательности непосредственно либо с помощью технических средств в месте, открытом для свободного посещения, или в месте, где присутствует значительное число лиц, не принадлежащих к обычному кругу семьи, независимо от того, воспринимается произведение в месте его демонстрации или в другом месте одновременно с демонстрацией произведения;
- 4) *импорт оригинала или экземпляров произведения* в целях распространения;

5) *прокат оригинала или экземпляра произведения;*

6) *публичное исполнение произведения*, то есть представление произведения в живом исполнении или с помощью технических средств (радио, телевидения и иных технических средств), а также показ аудиовизуального произведения (с сопровождением или без сопровождения звуком) в месте, открытом для свободного посещения, или в месте, где присутствует значительное число лиц, не принадлежащих к обычному кругу семьи, независимо от того, воспринимается произведение в месте его представления или показа либо в другом месте одновременно с представлением или показом произведения;

7) *сообщение в эфир*, то есть сообщение произведения для всеобщего сведения по радио или телевидению, за исключением сообщения по кабелю. При этом под сообщением понимается любое действие, посредством которого произведение становится доступным для слухового и (или) зрительного восприятия независимо от его фактического восприятия публикой. При сообщении произведений в эфир через спутник под сообщением в эфир понимается прием сигналов с наземной станции на спутник и передача сигналов со спутника, посредством которых произведение может быть доведено до всеобщего сведения независимо от его фактического приема публикой. Сообщение кодированных сигналов признается сообщением в эфир, если средства декодирования предоставляются неограниченному кругу лиц организацией эфирного вещания или с ее согласия;

8) *сообщение по кабелю*, то есть сообщение произведения для всеобщего сведения по радио или телевидению с помощью кабеля, провода, оптического волокна или аналогичных средств. Сообщение кодированных сигналов признается сообщением по кабелю, если средства декодирования предоставляются неограниченному кругу лиц организацией кабельного вещания или с ее согласия;

8.1) *ретрансляция*, то есть прием и одновременное сообщение в эфир (в том числе через спутник) или по кабелю полной и неизменной радио- или телепередачи либо ее существенной части, сообщаемой в эфир или по кабелю организацией эфирного или кабельного вещания;

9) *перевод или другая переработка произведения*. При этом под переработкой произведения понимается создание производного произведения (обработки, экранизации, аранжировки, инсценировки и тому подобного).

10) *доведение произведения до всеобщего сведения* таким образом, что любое лицо может получить доступ к произведению из любого места и в любое время по собственному выбору (доведение до всеобщего сведения).

Субъекты музыкальной индустрии

Прибегая к детальному рассмотрению субъективных сторон отношений на музыкальном рынке, отчётливо видны разделения по фазам работы с творческим продуктом. Каждая фаза, в свою очередь, разбивается на ещё несколько, так как процесс работы в креативной сфере широк и достаточно сложен.

1. Фаза создания - автор слов; автор музыки; автор песни.
2. Фаза работы с саундом - звукорежиссёр, звукоинженер, аранжировщик, создатель фонограммы, и в целом - звукозаписывающая студия/компания.
3. Фаза работы с песней - дистрибьютор, агрегатор.
4. Фаза постпродакшна - менеджеры разных типов (от концертного, до SMM), агент, продюсер, директор.

Выбиваются из четкой градации по фазам такие субъекты, как лейбл и продюсерский центр. Это вытекает из того, что сами по себе лейбл и ПЦ концентрируют все вышеперечисленные субъекты внутри своей профессиональной деятельности и обязанностей.

Безусловно, каждый субъект, наделённый теми или иными полномочиями, работает с правами. Но данными правами он наделён не в силу их возникновения по факту создания авторского материала, а в силу перехода прав по договорам различного типа, что немного описано выше в части Курсовой работы «*об Исключительном праве*». Рассуждая таким образом, всё-таки, следует упомянуть возможную ситуацию, когда в организации работает автор или авторская группа, создающие уникальный материал, но такие произведения, по законодательству будут считаться служебными, соответствуя определенным критериям, чётко регламентированным нормативно-правовой базой законодательства РФ:

1. Авторские права на произведение науки, литературы или искусства, созданное в пределах установленных для работника (автора) трудовых обязанностей (служебное произведение), принадлежат автору.
2. Исключительное право на служебное произведение принадлежит работодателю, если трудовым или гражданско-правовым договором между работодателем и автором не предусмотрено иное.

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 возвращается автору.

Если работодатель в срок, предусмотренный в абзаце втором настоящего пункта, начнет использование служебного произведения или передаст исключительное право другому лицу, автор имеет право на вознаграждение. 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.

Право на вознаграждение за служебное произведение неотчуждаемо и не переходит по наследству, однако права автора по договору, заключенному им с работодателем, и не полученные автором доходы переходят к наследникам.

3. В случае, если в соответствии с пунктом 2 настоящей статьи исключительное право на служебное произведение принадлежит автору, работодатель имеет право использования соответствующего служебного произведения на условиях простой (неисключительной) лицензии с выплатой правообладателю вознаграждения. Пределы использования служебного произведения, размер, условия и порядок выплаты вознаграждения определяются договором между работодателем и автором, а в случае спора - судом.

4. Работодатель может обнародовать служебное произведение, если договором между ним и автором не предусмотрено иное, а также указывать при использовании служебного произведения свое имя или наименование либо требовать такого указания.

ГК РФ ч.4 ст. 1295

Таким же образом, законодателем предусмотрен случай непосредственного заказа произведения. В музыкальной индустрии такое явление достаточно распространено по причине деятельности исполнителей/пользователей в отсутствии у них способностей создания музыкальных композиций:

1. Исключительное право на программу для ЭВМ, базу данных или иное произведение, созданные по договору, предметом которого было создание такого произведения (по заказу), принадлежит заказчику, если договором между подрядчиком (исполнителем) и заказчиком не предусмотрено иное.

2. В случае, если исключительное право на произведение в соответствии с пунктом 1 настоящей статьи принадлежит заказчику, подрядчик (исполнитель) вправе, поскольку договором не предусмотрено иное, использовать такое произведение для собственных нужд на условиях безвозмездной простой (неисключительной) лицензии в течение всего срока действия исключительного права.

3. В случае, когда в соответствии с договором между подрядчиком (исполнителем) и заказчиком исключительное право на произведение принадлежит подрядчику (исполнителю), заказчик вправе использовать такое произведение в целях, для достижения которых был заключен соответствующий договор, на условиях безвозмездной

простой (неисключительной) лицензии в течение всего срока действия исключительного права, если договором не предусмотрено иное.

4. Автор созданного по заказу произведения, которому не принадлежит исключительное право на произведение, имеет право на вознаграждение в соответствии с абзацем третьим пункта 2 статьи 1295 настоящего Кодекса.

5. Правила настоящей статьи не распространяются на договоры, в которых подрядчиком (исполнителем) является сам автор произведения (статья 1288).

ГК РФ ч.4 ст. 1296

Права и обязанности субъектов музыкальной индустрии

Как было описано ранее, автором и правообладателем произведения могут являться абсолютно разные люди. Этот переход прав возможен и обеспечивается на договорной основе (не беря во внимание факт наследования).

Основными видами таких договоров являются:

- 1) Договор отчуждения исключительных прав (Приложение. Рисунок 2)
- 2) Лицензионный договор (Приложение. Рисунок 1)
 - a. Исключительная
 - b. Неисключительная
- 3) Продюсерский договор
- 4) Договор авторского заказа
- 5) Агентский договор

В большинстве случаев правоотношения между менеджером и артистом строятся на условиях агентского договора. По такой форме договора агент (менеджер) по поручению принципала (артиста) и в его интересах обязуется совершать некоторые фактические и юридические действия. В зависимости от условий, действовать агент может как от своего имени и за счет принципала, так и от имени принципала и за его счет.

Сложность агентского договора кроется не столько в юридических нюансах, сколько в хрупкости баланса интересов сторон. Подчас перенести на бумагу все, о чем договорились стороны, достаточно непросто. И если еще на стадии согласования условий стороны не учли какие-то из деталей, то в будущем (в том числе после истечения срока договора) это может принести много проблем.

Права. Кому принадлежат права на музыку, фото, клипы, обложки, сниппеты, тизеры и так далее, а точнее даже так: у кого эти права возникают изначально и передаются ли они менеджеру? Если да, то на каких условиях: лицензия или отчуждение? На какой срок?

Деньги. Кому, сколько, за что. И главное — в течение какого времени.

Кто и что делает.

Расходы. Развитие артиста — это всегда вложения и траты.

Кто главный. С одной стороны очевидно, что артист, так как менеджер действует по его поручению (из смысла договора). С другой стороны, именно менеджер ищет, согласовывает и заключает сделки. Почва для разногласий огромная. Кто принимает окончательное решение о том, согласиться на такое предложение или отказать?

Как каждой из сторон выйти из договора? Можно ли вообще это делать и на каких условиях?

Нужно ли передавать права на музыку (временно или навсегда) менеджеру? А какие: авторские или смежные? Или сразу и то и другое?

ОКУПы и их роль

Что такое коллективное управление правами?

Коллективное управление правами призвано облегчить взаимодействие правообладателей и пользователей в сферах массового использования

музыкального контента: телевидения, радиовещания, публичного исполнения в барах, ресторанах, клубах и других общественных местах.

Для этого создаются общества по коллективному управлению правами (ОКУП). Смысл их существования понятен: в противном случае пользователям контента (радиостанциям, телекомпаниям, торговым центрам и другим) придется искать каждого автора или правообладателя и заключать с ним отдельное соглашение. Куда проще заключить один договор с ОКУП и далее легально использовать любой контент, входящий в его каталог. Однако нельзя не отметить, что у коллективного управления наряду с преимуществами есть ряд недостатков, которые могут приобретать характер системной проблемы.

Как собираются вознаграждения для правообладателей?

Общества по коллективному управлению правами и пользователи вступают во взаимодействие, заключая между собой договор. Согласно этому документу, пользователи могут использовать музыкальные композиции/исполнения/фонограммы, отчитываясь и выплачивая за это деньги.

В России коллективным управлением правами артистов, авторов и изготовителей фонограмм занимаются три организации: Российское авторское общество (РАО), Всероссийская организация интеллектуальной собственности (ВОИС) и Российский союз правообладателей (РСП).

ОКУПы в Российской Федерации

Что такое РСП?

Российский союз правообладателей осуществляет коллективное управление правами авторов, исполнителей, изготовителей фонограмм и аудиовизуальных произведений на получение вознаграждения за воспроизведение (копирование) фонограмм и аудиовизуальных

произведений в личных целях. Денежные средства собираются с импортеров и изготовителей материальных носителей (дисков, флеш-накопителей и других), а также оборудования (например, мобильных телефонов), после чего распределяются между правообладателями контента.

Поэтому, каждый раз приобретая новый телефон или выносной жесткий диск, обычные покупатели косвенно делятся частью денег с РСП. Такое вознаграждение правообладателям еще называют «налогом на болванки».

Вознаграждение между правообладателями распределяется следующим образом: 40% - авторам, 30% - исполнителям, 30%-изготовителям фонограмм или аудиовизуальных произведений.

Фактическое распределение вознаграждения между конкретными правообладателями осуществляется на основании статистических данных использовании музыки на ТВ, по радио и в интернете (скачивание и стриминг). Суммарно эти данные называются «совокупным индексом популярности».

Что такое РАО?

Российское авторское общество осуществляет коллективное управление правами авторов.

РАО собирает для авторов/правообладателей деньги за использование музыки:

- на концертах (даже на вашем собственном, если авторы не отказались от вознаграждения);
- в ресторанах, кафе, торговых центрах и во всех других публичных местах;
- на ТВ и радио;

- в фильмах, клипах и иных видео при показе контента на ТВ и в кинотеатрах.

Что такое ВОИС?

Всероссийская организация интеллектуальной собственности осуществляет коллективное управление смежными правами исполнителей и изготовителей фонограмм.

ВОИС (как и РАО) собирает деньги, но только для правообладателей смежных прав. Выплата авторского вознаграждения представителями ВОИС осуществляется не реже четырех раз в год, при этом выплата вознаграждения, собранного на территории России, может осуществляться ежемесячно. Существует минимальная сумма вознаграждения, подлежащая выплате, - в рублях она составляет 1400 рублей, для вознаграждения в иностранной валюте - 100 долларов США.

РАО и ВОИС вправе удерживать из собранного вознаграждения определенный процент на покрытие необходимых расходов по сбору, распределению и выплате вознаграждения. Он не превышает 45% (из них не более 20% может идти в специально созданные авторскими обществами фонды).

Стоит помнить о том, что если вы физическое лицо, то РАО и ВОИС обязаны удержать из вашей доли вознаграждения 13% НДФЛ, а также уплатить пенсионные и медицинские страховые взносы.

Одной из проблем коллективного управления правами является отчетность. РАО часто обвиняют именно в их некорректности и недостоверности. Полагаем, что эта проблема решится только при помощи технического прогресса или в случае отказа от системы коллективного управления.

Впрочем, уже сейчас есть решения, позволяющие собирать, анализировать и проверять информацию о том, какая музыка и в каком количестве звучала на ТВ и радио, без помощи авторских обществ. Например, сервис *Music Scan*.

Глава II

Заработок субъектов музыкальной индустрии

Безусловно, каждый субъект индустрии получает доход от того или иного использования прав, полученных по факту или путём перехода в управление. Но также некоторые субъекты получают свою прибыль от косвенного взаимодействия с правами - такие как менеджер артиста, дистрибьюционный лейбл и агрегатор. Их прибыль формируется исходя из прямой работы с правообладателями. Внешняя оболочка создания авторского продукта лежит целиком и полностью на людях, обеспечивающих ту фазу, в рамках которой лежит их спектр компетенций. Вклад, вносимый каждым сотрудником лейбла, в дальнейшем скажется на успешности реализуемой деятельности – охвате музыкального рынка, известности артиста или его трека, задействование в масштабных рекламных кампаниях с привлечением музыкантов лейбла и тд. Доход лейбла отследить достаточно тяжело, так как он складывается из многочисленных статей с учётом процентной ставки, указанной в продюсерском договоре с артистами лейбла, деления дохода от разных видов и форм получения прибыли артистом, чего нельзя сказать о самом отдельно взятом артисте.

Заработок артиста со стриминга

Формирование прибыли артиста в интернет-пространстве происходит таким образом:

Слушатель оплачивает подписку на том или ином стриминговом сервисе (AppleMusic в РФ - 169₽(стандарт) студенческая - 75₽, семейная - 269₽). Далее стриминговая платформа выплачивает правообладателям роялти (Napster - \$9,16; TIDAL - \$8,76; Apple - \$6,75; Deezer - \$5,62 за тысячу прослушиваний), взяв при этом свою комиссию, только лишь потом артист получает свою долю в этом круговороте и то, через проход агрегатора или лейбла, который тоже, в свою очередь, взимает плату. Доход, полученный со стриминга, является лишь приятным дополнением к общему заработку

среднего или начинающего артиста (уровня С – В-). Основной же доход артиста уровня В – А+ формируется от другого рода взаимодействия с аудиторией – концерты, рекламные коллаборации с брендами, туры, продажа лицензионных соглашений, продажа мерча, эндорсмент и амбассадорство, аудиобрендинг, краутфандинг.

Эндорсмент – вид сотрудничества музыканта и бренда. Артист за вознаграждение ассоциирует своё имя с конкретным брендом или продуктом: поддерживает его и подтверждает, что пользуется им. Самая распространённая разновидность эндорсмента – контракты с производителями музыкальной продукции.

Мерч – продукция с символикой музыкального проекта. Наиболее распространённые виды мерча – футболки, толстовки, значки, стикеры с логотипом группы. Физические носители сегодня тоже можно отнести к разновидности мерча.

Аудиобрендинг – создание музыкальных произведений, которые должны вызвать у слушателей ассоциации с тем или иным брендом. Аудиобрендинг – это достаточно широкое понятие, включающее в себя и музыку, звучащую в рекламных роликах, и джинглы из нескольких нот, которые можно услышать на вокзалах и в метро.

Амбассадорство – более тесное сотрудничество исполнителя с брендом. В отличие от эндорсмента, амбассадорские контракты артисты чаще всего заключают с брендами, не связанными с музыкальной индустрией. Как правило, бренд-амбассадорами становятся уже состоявшиеся музыканты с уже большой аудиторией.

Краутфандинг – сбор средств на финансирование творческих проектов у аудитории. При помощи краутфандинга музыканты могут собрать средства на запись, съемку клипа или организацию гастролей.

Заработок с live-концертов

Основной доход при использовании такой формы взаимодействия с аудиторией получается с продажи билетов, которые в свою очередь могут градуироваться от получаемых привилегий для зрителей. В дополнительные условия, которые будут увеличивать стоимость одного билета могут войти: Meet&Greet, автограф-сессия, фотосессия, проход за сцену, попадание на мероприятие после основного концерта, так называемое After Party. Также некоторый заработок может прийти с монетизации трансляции живого выступления в социальных сетях. Но в данном случае без расходов не обойтись как артисту, так и заведению, принимающему концерт. Количественный состав статей расхода будет зависеть от масштабов мероприятия, материала исполнения и многого другого. Остановимся на втором немного подробнее. Если музыканты исполняют авторский материал, тогда, безусловно, ни о каких отчислениях идти речи не может. Но если же материал, исполняемый на концерте, является кавер-версиями дела обстоят немного сложнее. Заблаговременно до мероприятия узнаётся, есть ли у заведения заключённое соглашение с ОКУПом или правообладателем напрямую, а также заключаются лицензионные соглашения между исполнителем и самим правообладателем на использование произведения и получения от этого использования дохода – выплата по договору может стать единовременной или слагаться из процентной ставки от получаемой прибыли и соотношения количества заимствований и авторского материала.

В свою очередь заведение может взять на себя роль организатора сбора средств от продажи билетов, при этом удерживать с прибыли свой комиссионный процент – так формируется заработок пространства проведения. Либо заключаются партнёрские соглашения с билетными агрегаторами, самыми известными из них являются – Яндекс Tickets, TicketLand, Kassir, RedKassa, Ponominalu. Безусловно, подключая такого рода взаимодействие, происходит облегчение работы всего менеджмента как

артиста, так и организаторов. Но также возможны ситуации, когда заработок заведения формируется на арендной основе. То есть, музыкальный коллектив просто арендует пространство для выступления, тогда заведение выступает исключительно арендодателем, исключая партнёрские соглашения.

Заработок от продаж

Ограничившись рассмотрением заработка исключительно от взаимодействия с аудиторией, был упущен вполне реальный и действительный способ извлечения прибыли от прямых продаж контента путём заключения договоров разного типа и характера. Авторы музыкальных произведений могут становиться участниками купли-продажи прав. Разберём некоторые формы договоров подробнее.

Договор отчуждения исключительных прав. Заключая договор такого типа, автор полностью лишается своей совокупности имущественных прав, но ни в коем случае не отчуждает личные неимущественные – право авторства. Правообладатель передаёт в полном объёме приобретателю те права, которые принадлежали ему по факту создания им произведения. Тем самым, приобретатель получает в свою собственность произведение, которым может распоряжаться по своему усмотрению. Обязателен факт наличия вознаграждения в существенных условиях данного типа договоре. Многие авторы строят свой бизнес, затем открывают свои центры на основе таких многократно повторяющихся сделок. (Приложение. Рисунок 2)

Исключительная и Неисключительная лицензии. Используя такой тип – лицензиар (то есть, тот, кто позволяет, разрешает) допускает возможную реализацию своих прав в лице лицензиата, который в свою очередь не становится полным правообладателем исключительного набора прав. По лицензии он может быть в праве, например, публично исполнять произведение того или иного автора, обязуясь при этом осуществлять выплату роялти. Разница в исключительности лицензий кроется в достаточно

простой особенности: лицензиатом одного и того же произведения может выступить один человек или же несколько, безусловно, по разным лицензионным соглашениям.

Заработок цифрового дистрибьютора

Обойти стороной доходы такого важного субъекта музыкальной индустрии, как цифровой дистрибьютор – не представляется возможным. Грубо говоря, ЦД является посредником между создателем, правообладателем, другими посредниками во взаимодействиях с стриминговыми сервисами. Одними из самых всемирно известных и лучших являются: ONErpm, Tune Core и CDbaby. Такие платформы предоставляют право размещать свои композиции в каталогах на более чем 150 сервисах, где обычные слушатели смогут найти трек исполнителя. Паблшинговый сервис зарабатывает путём удерживания своих комиссионных, при получении прибыли от стримингового сервиса или взимая плату за каждое размещение в своей сети сингла или альбома (в т.ч. EP). Просмотры, прослушивания, скачивания, скроллинги – всё это имеет свою цену.

Дистрибьютор при регистрации личного кабинета запрашивает у пользователя подписание лицензионного соглашения с ним для совершения сделок с продуктом. ЦД получает исключительную возможность размещать и отправлять контент на площадки. Каждый автор выбирает для себя более удобного и потенциально приемлемого дистрибьютора в зависимости от личных предпочтений или в совокупности с этим от предлагаемых эксклюзивных условий. Например, Tune Core предлагает абсолютно бесплатное размещение трека в каталогах YouTube, TikTok, Facebook¹, Instagram² и Reels, при этом выплачивая правообладателю лишь 80% получаемой прибыли. А за 9,99\$ (каждый последующий год 9,99\$)

¹ Социальная сеть, признанная экстремистской на территории Российской Федерации

² Социальная сеть, признанная экстремистской на территории Российской Федерации

размещение на 150 стриминг-сервисах с получением 100% дохода в счёт правообладателя.

ONErpm в свою же очередь: 85% Чистой выручки, от Цифровой дистрибуции Аудиозаписей и Роялти за Смежные права; 70% Чистой выручки от Content ID, использования Видео на YouTube и Услуг по администрированию YouTube Канала; 50% Чистой выручки связанной с Приобретенными Лицензиями, и использованием Видео на Сторонних Платформах, за исключением YouTube (например, Apple Music); и 50% Чистой выручки из источников дохода, отличных от указанных выше.

Проблемы музыкальной индустрии

Очищение прав

Также, в курсовой работе следует отразить извечный и проблематичный вопрос в области смежного права, а если немного конкретизировать - в сфере создания таких продуктов музыкального творчества как каверы, ремиксы и мэшапы.

По большей своей части такие произведения будут считаться переделыванием оригинала, но о правовом регулировании их статуса, то есть об очищении прав, создатели задумываются не часто. В следствие чего возникают различные споры, а если до них дело не доходит, то однозначно возникают проблемы с доставкой на платформы, так как некоторые дистрибьюторы на стадии модерации и проверки контента могут заблокировать передачу нелицензионного произведения. Но также возможны ситуации, когда дистрибьютор полностью снимает с себя ответственность за правовую чистоту, перекладывая её на псевдо-правообладателя после официального релиза, из-за чего полную юридическую ответственность несёт создатель.

Фёдор Инсаров (Feduk) в интервью Григорию Пророкову говорит:

«- При этом долгое время вы писали треки под биты из интернета.

- Да, я на торрентах скачивал архивы французских битмейкеров или каких-нибудь не очень известных в России чикагских чуваков, и мы на них читали. Позже я участвовал в съемках фильма «Околофутбола», в массовке, и предложил продюсерам несколько своих треков. Я тогда ничего не знал о лицензировании музыки, об авторских правах.

*Они послушали и говорят: «Чувак, мы пробили твои биты. Там ребята, немцы, просят 20 000 евро, мы это не сможем взять. Сможешь что-нибудь новое сделать?» Я первый раз с этим столкнулся и оф****. Тогда у меня что-то в мозгу повернулось – и я решил, что нужно делать музыку, которая будет полностью принадлежать тебе».³*

Максим Фадеев в интервью Ивану Сорокину о песне-дуэте с Наргиз Закировой «Вдвоём» говорит:

«Я купил эту песню у Олега Шаумарова, который потом рассказывал, что я якобы ее присвоил себе. Это не так, конечно: когда я на «Европе Плюс» презентовал эту песню, я назвал ее автора...».⁴

Фонограммы

Нередки случаи споров с создателями фонограмм. Законодателем в статьях 1322-1328 Гражданского Кодекса РФ предусмотрено регулирование отношений в области создания и использования фонограмм. Но сам факт создания достаточно размыто можно отнести к созданию авторского произведения только лишь потому, что создатель фонограммы основывается на чьем-либо уже заранее созданном произведении (мелодии). Тогда изготовитель фонограммы признаётся обладателем смежного права? Вопрос

³ «Не надо стесняться. История постсоветской поп-музыки в 169 песнях/1991-2021/» (под редакцией Александра Горбачева). – М.: Автономная некоммерческая организация поддержки и развития музыкальных инициатив «ИМИ», 2021. – С 821.

⁴ «Не надо стесняться. История постсоветской поп-музыки в 169 песнях/1991-2021/» (под редакцией Александра Горбачева). – М.: Автономная некоммерческая организация поддержки и развития музыкальных инициатив «ИМИ», 2021. – С 807.

снова спорный. Так как фонограммой может выступать самый первый построенный музыкальный ряд.

В отношении самого создателя возникает ещё одна сложность - кто непосредственно будет им признаваться. Как трактуется в статье 1322: «Изготовителем фонограммы признается лицо, взявшее на себя инициативу и ответственность за первую запись звуков исполнения или других звуков либо отображений этих звуков». Понятия "инициатива" и "ответственность" вполне абстрактны для юридического языка законодательства, следовательно, вполне возможны некоторые изощрения со стороны других лиц, принимающих участие в творческом процессе. Непосредственно продюсер, менеджер или же сам певец-артист может в полном объёме взять на себя как инициативу, так и ответственность за создание оригинальных фонограмм, с учётом полного финансирования, тогда, следуя закону, именно кто-либо из вышеперечисленных может считаться полноправным создателем фонограммы, из чего следует полное отсутствие гонорарных выплат от использования труда саунд-дизайнера/звукорежиссера/звукоинженера.

Наследование прав

Из истории некоторых произведений, наблюдается феномен игнорирования прав, перешедших по наследству от прямого правообладателя. Некоторые создатели песен даже не предполагают, что на давно написанные композиции могут претендовать вполне реальные наследники, как и произошло с неизвестной песней.

Мелодия песни «All by myself», появившейся в 1975 году и наиболее известной в исполнении Celine Dion, была полностью заимствована её автором - американским музыкантом Эриком Карменом из Второго концерта для фортепиано с оркестром c-moll op. 18 Рахманинова. Первоначально Кармен полагал, что данное произведение находится в общественном достоянии, и выяснил, что это не так, лишь после официального выпуска

своей пластинки. Из-за этого ему пришлось улаживать все юридические вопросы с наследниками Рахманинова и указывать имя настоящего автора. Сергея Рахманинова как официального автора музыки к песне.

Этот случай далеко не один. История знает довольно много подобных примеров, которые разрешались без публичной огласки.

Вывод

Проанализировав современную ситуацию, сложившуюся на настоящем рынке управления правами в музыкальной индустрии, можно сделать вывод, но он не будет таким однозначным. Управление Интеллектуальной Собственностью в творческих индустриях – всегда запутанное и сложное обстоятельство. Ситуации, складывающиеся в области регулирования бывают намного запутанней обстоящих реальных дел. Многие компании, непосредственно реализующие свою деятельность на музыкальном рынке, попросту не задумываются о важности этой проблематики. Рассматривая данный аспект более подробно, в каждом отдельно взятом случае можно найти на чём заострить особое внимание при выявлении погрешностей в УИС.

Музыкальная индустрия в Российской Федерации далека от совершенства в области интеллектуальной собственности по сравнению с западными коллегами, где в основном каждое взаимодействие с продуктом чётко подкрепляется нормативным базисом того или иного договора.

Также одним из основных минусов можно отметить то, что в РФ почти полностью отсутствуют необходимые музыкальные посредники – «доставка» музыки на стриминг, грамотные музыкальные менеджеры. И более ярким признаком отсталости от современности можно отметить существование «кабалистических» условий продюсерских договоров, где выход из него без ощутимых негативных последствий невозможен вовсе или же является жутко болезненным для исполнителя.

Музыкальная индустрия – как огромный пласт творческой концепции мира, является одним из самых сложных в отношении определения роли субъектов, их взаимодействий и тому подобном. Взяв во внимание создание и промоутирование лишь одного, ограниченного по длительности, музыкального произведения, то есть, песни, можно насчитать около 12

задействованных лиц. Их правовые отношения с точки зрения законодательства, безусловно, регулирует юрист, но специалист по УИС, непосредственно затрагивает те аспекты сотрудничества, которые не лежат в рамках компетенции коллеги в области интеллектуального права.

Список использованной литературы

1. Нормативно-правовые акты
 - 1.1. Гражданский кодекс Российской Федерации (часть четвёртая): от 30.11.1994 № 51-ФЗ (ред. от 16.12.2019) // Собрание законодательства РФ. – 05.12.1994.
2. Научная и учебная литература
 - 2.1. Записи лекционных занятий А. И. Масальцевой
3. Художественная и публицистическая литература
 - 3.1. «Не надо стесняться. История постсоветской поп-музыки в 169 песнях/1991-2021/» (под редакцией Александра Горбачева). – М.: Автономная некоммерческая организация поддержки и развития музыкальных инициатив «ИМИ», 2021. – 960 с.
 - 3.2. «Я музыкант. Что делать? Первые шаги в музыкальной индустрии. Инструкция.» Второе издание: сб. – М.: Автономная некоммерческая организация поддержки и развития музыкальных инициатив «ИМИ», 2021. – 144 с.
4. Электронные ресурсы
 - 4.1. Институт Музыкальных Инициатив [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://i-m-i.ru/> – Дата доступа: 08.05.2022.
 - 4.2. Российское Авторское Общество [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://rao.ru/> – Дата доступа: 25.03.2022.
 - 4.3. Apple Music for Artist [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://artists.apple.com/terms> – Дата доступа: 01.05.2022.
 - 4.4. ONErpm [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://dashboard.onerpm.com/legal> – Дата доступа: 15.04.2022.
 - 4.5. Tune Core [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.tunecore.com/ru/polozheniya-i-usloviya?locale=ru-us> – Дата доступа: 16.04.2022.

Приложение 2

ДОГОВОР ОБ ОТЧУЖДЕНИИ ИСКЛЮЧИТЕЛЬНОГО ПРАВА №ССП1998

Личные данные, на использование которых не было получено разрешение

Музыкального произведения и именуемая в дальнейшем «Приобретатель» связанных с авторским правом (Приобретатель), с другой стороной, именуемая вместе «Стороны», а по отдельности «Сторона», заключили настоящий договор (далее - Договор) о нижеследующем.

1. ПРЕДМЕТ ДОГОВОРА. ОБЩИЕ ПОЛОЖЕНИЯ

1.1. Правообладатель обязуется передать Приобретателю в полном объеме исключительное право на музыкальную аранжировку (фонетранку) (инструментальное сопровождение вокального исполнения, созданное посредством специализированных компьютерных программ) песни, автором которой создан Автором (Приобретателем). «Полном» Приобретатель в дальнейшем оставляет за собой право на изменение названия без уведомления Правообладателя, (далее - Объект интеллектуальной собственности, ОИС) в порядке, предусмотренном Договором, а Приобретатель обязуется уплатить Правообладателю обусловленное Договором вознаграждение.

1.2. Правообладатель гарантирует, что является обладателем исключительного права на Объект интеллектуальной собственности. В целях идентификации Объекта интеллектуальной собственности Правообладатель передает Приобретателю музыкальную аранжировку (фонетранку) в двух экземплярах ОИС, на материальном (в виде запоминающего устройства, использующего в качестве носителя флеш-память) или нематериальном носителе (в виде отправления электронным письмом или персальной посредством социальных сетей Интернет) в виде MP3 (или другие форматы) файла.

—приводятся характеристики ОИС: Аккорды: Am (Ля, До, Ми), F (Фа, Ля, До.), C (До, Ми, Соль), G (Соль, Си, Ре) и дополнительные звуковые эффекты, добавленные Правообладателем.

1.3. Исключительное право на Объект интеллектуальной собственности не обременено правами и притязаниями третьих лиц, вытекающим из лицензионных и иных договоров, а также не обременено каким-либо другим способом.

1.4. Договор вступает в силу с момента его подписания Сторонами.

1.5. Исключительное право на Объект интеллектуальной собственности переходит от Правообладателя к Приобретателю в момент подписания Сторонами Договора

2. РАЗМЕР, СРОКИ И ПОРЯДОК УПЛАТЫ ВОЗНАГРАЖДЕНИЯ

2.1. Сумма вознаграждения за приобретение исключительного права на объект интеллектуальной собственности составляет 5000 (пять тысяч) руб., включая 1000 (одну тысячу) руб. в качестве предоплаты. НДС не облагается

2.2. Вознаграждение за приобретение исключительного права на объект интеллектуальной собственности уплачивается в следующем порядке: **единовременно, не позднее 1 (одного) рабочего дня после даты подписания настоящего договора.**

2.3. Проценты на сумму оплаты по Договору не начисляются и не уплачиваются.

2.4. Все расчеты по Договору производятся в безналичном порядке путем перечисления денежных средств на расчетный счет Правообладателя, указанный в ст. 8 Договора.

2.5. Обязательства Приобретателя по оплате считаются исполненными на дату зачисления денежных средств на счет Правообладателя.

3. ОТВЕТСТВЕННОСТЬ СТОРОН

3.1. За нарушение сроков оплаты (п. 2.2 Договора) Правообладатель вправе требовать с Приобретателя уплаты неустойки (пеней) в размере 10 (десяти) процентов от неуплаченной суммы за каждый день просрочки.

3.2. Во всех других случаях неисполнения обязательств по Договору Стороны несут ответственность в соответствии с законодательством РФ, включая, но не ограничиваясь ответственностью, предусмотренной п. 5 ст. 1234 ГК РФ.

4. ОБСТОЯТЕЛЬСТВА НЕПРЕОДОЛИМОЙ СИЛЫ (ФОРС-МАЖОР)

4.1. Стороны освобождаются от ответственности за неисполнение или ненадлежащее исполнение обязательств по Договору, если надлежащее исполнение оказалось невозможным вследствие непреодолимой силы, то есть чрезвычайных и непредотвратимых при данных условиях обстоятельств, под которыми понимаются: землетрясения, действия органов власти, гражданские волнения, эпидемии, бунта, забастовки, землетрясения, наводнения, пожары или другие стихийные бедствия, блокировка WEB-сайтов, отправка музыкального материала.

4.2. В случае наступления этих обстоятельств Сторона обязана в течение 2 (двух) рабочих часов уведомить об этом другую Сторону.

4.3. Документ, являющийся официально подтвержденным (объявления государственных органов, официальная документация государственных органов), является достаточным подтверждением наличия и продолжительности действия обстоятельств непреодолимой силы.

4.4. Если обстоятельства непреодолимой силы продолжают действовать более 5 (пяти) дней, то каждая Сторона вправе отказаться от Договора в одностороннем порядке.

5. ИЗМЕНЕНИЕ И РАСТОРЖЕНИЕ ДОГОВОРА

5.1. Все изменения и дополнения к Договору действительны, если совершены в письменной форме и подписаны обеими Сторонами. Соответствующие дополнительные соглашения Сторон являются неотъемлемой частью Договора.

5.2. Договор может быть расторгнут по согласию Сторон либо по требованию одной из Сторон по основаниям и в порядке, предусмотренном законодательством РФ и Договором.

5.3. В случае расторжения Договора по любому основанию Стороны вправе не возвращать друг другу все исполненное по нему до момента его расторжения, если иное не предусмотрено законодательством (п. 4 ст. 453 ГК РФ).

6. РАЗРЕШЕНИЕ СПОРОВ

6.1. Все споры, связанные с заключением, толкованием, исполнением и расторжением Договора, будут разрешаться Сторонами путем переговоров.

6.2. В случае недостижения соглашения в ходе переговоров заинтересованная Сторона направляет другой Стороне претензию в письменной форме, подписанную уполномоченным лицом.

Претензия направляется любым из следующих способов: 1) заказным письмом с уведомлением о вручении; 2) курьерской доставкой. В этом случае факт получения претензии должен подтверждаться подпиской Стороны в ее получении. Расписка должна содержать наименование документа и дату его получения, а также фамилию, инициалы, должность и подпись лица, получившего данный документ; 3) электронным письмом на почту Приобретателя

Претензия влечет гражданско-правовые последствия для Стороны, которой она направлена (далее - адресат), с момента доставки претензии указанной Стороной или ее представителем. Такие последствия возникают и в случае, когда претензия не была вручена адресату по вине адресата от него обстоятельствам.

Претензия считается доставленной, если она 1) поступила адресату, но по обстоятельствам, зависящим от него, не была вручена или адресат не ознакомился с ней; 2) доставлена по адресу, указанному в ЕГРЮЛ или названному самим адресатом, даже если он не находится по этому адресу.

6.3. К претензии должны прилагаться документы, обосновывающие предъявляемые заинтересованной Стороной требования (в случае их отсутствия у другой Стороны), и документы, подтверждающие полномочия лица, подписавшего претензию. Указанные документы представляются в форме надлежащим образом заверенных копий. Если претензия направлена без документов, подтверждающих полномочия лица, которое ее подписало, то она считается непредъявленной и рассмотрению не подлежит.

6.4. Сторона, которой направлена претензия, обязана рассмотреть полученную претензию и о результатах уведомить в письменной форме заинтересованную Сторону в течение 3 (трех) рабочих дней со дня получения претензии.

6.5. В случае неурегулирования спора в претензионном порядке, а также в случае неполучения ответа на претензию в течение срока, указанного в п. 6.4 Договора, спор передается в арбитражный суд по месту нахождения ответчика в соответствии с законодательством РФ.

7. ЗАКЛЮЧИТЕЛЬНЫЕ ПОЛОЖЕНИЯ

7.1. Если иное не предусмотрено Договором, уведомления и иные юридически значимые сообщения могут направляться Сторонами факсом, электронной почтой или иным способом связи при условии, что он позволяет достоверно установить, от кого исходит сообщение и кому оно адресовано.

7.2. Договор составлен в двух экземплярах, по одному для каждой из Сторон.

7.3. Договор с подписью Правообладателя высылается в электронном виде (скач) или передается в материальном виде в зависимости от обстоятельств, препятствующих личной встрече Сторон, после подписания договора подписывается Приобретателем и высылается Правообладателю.

7.4. Электронный вид договора имеет равную юридическую силу, что и печатная форма.

8. АДРЕСА, РЕКВИЗИТЫ И ПОДПИСИ СТОРОН

Правообладатель

Приобретатель

Личные данные, на использование которых не было получено разрешение

Рисунок 2

Пример договора Отчуждения Исключительных Прав