

УДК – 347
ББК – 67.404

СВИРИДОВА Екатерина Александровна,
кандидат юридических наук, доцент,
доцент Департамента правового регулирования
экономической деятельности ФГОБУ ВО «Финансовый университет
при Правительстве Российской Федерации»,
e-mail: katesvi@yandex.ru, тел.: 905 761 49 19
Адрес: 119333, г. Москва, Университетский проспект,
дом 6, корп. 3, кв. 38

12.00.03 – гражданское право; предпринимательское право; семейное право;
международное частное право

СОЗДАНИЕ ПАРОДИИ, КАРИКАТУРЫ И ПОДРАЖАНИЕ КАК СПОСОБЫ БЕЗДОГОВОРНОГО ИСПОЛЬЗОВАНИЯ ПРОИЗВЕДЕНИЯ

Аннотация. Пародия и карикатура представляют собой частный случай создания производного произведения, при котором согласия правообладателя оригинального произведения не требуется. В статье выделены критерии отграничения производного произведения и пародии (карикатуры), делается вывод о соотношении пункта 4 статьи 1274 ГК РФ и статьи 1270 ГК РФ как специальной и общей норм. В статье рассматривается практика европейских и французских судов, а также доктринальный подход к определению пародии, карикатуры и подражания.

Ключевые слова: карикатура, пародия, подражание, свободное использование, производное произведение, автор.

Sviridova Ekaterina Aleksandrovna,
Candidate of Law Sciences, associate professor,
associate professor Departmenta of legal regulation of economic activity
FGOBU WAUGH «Financial university
in case of the Government of the Russian Federation»
e-mail: katesvi@yandex.ru, Ph.: 905 761 49 19
Address: 119333, Moscow, Universitetsky Avenue,
house 6, building 3, quarter 38

CREATION OF THE PARODY, CARICATURE AND IMITATING AS METHODS OF FREE-LANCE USE OF THE WORK

Summary. The parody and caricature represent a special case creation of derivative work during which the consent of the owner of original work isn't required. In article criteria of an otgranicheniye of derivative work and the parody (caricature) are allocated, the conclusion about a ratio of item 4 of article 1274 of the Civil Code of the Russian Federation and article 1270 of the Civil Code of the Russian Federation as special and general norms is drawn. In article practice of the European and French courts, and also doctrinal approach to definition of the parody, a caricature and imitation is considered.

Keywords: caricature, parody, imitation, free use, derivative work, author.

Среди случаев бездоговорного использования произведений в п. 4 ст. 1274 ГК РФ названо создание произведения в жанре литературной, музыкальной или иной пародии либо в жанре карикатуры на основе другого (оригинального) правомерно обнародованного произведения и использование этих пародий либо карикатуры.

На практике возникают трудности с разграничением пародии и производного произведения, на создание которого требуется получить разрешение правообладателя оригинального результата интеллектуальной деятельности. В действующем законодательстве не содержится понятия пародии и карикатуры.

В зарубежной литературе относительно понятия пародии можно встретить мнение, согласно которому пародия обладает тремя признаками: она не должна быть сходна до степени смешения с оригинальным произведением; оригинальное произведение должно быть распознаваемым в пародии; пародия должна являться результатом юмористического намерения [8].

Российские ученые много писали о пародии и карикатуре. По мнению О.А. Рузаковой, пародия представляет собой произведение искусства, которое сознательно воспроизводит уникальные черты положенных в основу пародии произведения или группы произведений с целью достижения комического эффекта, в то время как карикатурой, с точки зрения автора, является сатирическое или юмористическое изображение, в котором достижение комического эффекта осуществляется посредством намеренного преувеличения и гиперболизации характерных черт, внезапными противопоставлениями и сравнениями [11]. В свою очередь, В.О. Калятин считает пародией и карикатурой один из частных случаев переработки, результатом которой становится особое произведение, показывающее первоначальный результат интеллектуальной деятельности в комическом виде [14].

Судебная практика также закрепляет за пародией статус производного произведения. Так, по одному делу суд вынес решение, в котором счел спорное произведе-

ние самостоятельным производным аудиовизуальным произведением пародийного жанра, основанным на фильме истца [16]. В другом деле суд указал, что исходя из положений ст. 1270 и п. 3 ст. 1274 Гражданского кодекса любая пародия представляет собой новое произведение, созданное в результате переработки оригинального произведения. При создании пародии первоначальное оригинальное произведение должно быть в центре нового, а не служить его фоном или вспомогательным средством [17].

Дефиницию пародии можно найти в Определении ВАС РФ от 09.09.2013 № ВАС-5861/13 по делу № А40-38278/2012-12-166: пародия – это самостоятельное произведение, которое обладает рядом признаков. Во-первых, его главное предназначение состоит в формировании в сознании потребителя (читателя, зрителя, слушателя) как комического, так и критического эффекта путем сознательного воспроизведения уникальных черт пародируемого произведения в намеренно измененной форме таким образом, чтобы не возникло смешения оригинального и пародийного произведений. Разграничение пародии и оригинального произведения, положенного в ее основу, достигается посредством заострения черт первоначального произведения, в частности путем усиления, экзальтации черт или выделения и помещения их на другой фон, на котором эти черты выражаются более явно или обращают на себя особое внимание аудитории [15].

В рассматриваемом деле ВАС РФ указал, что любую пародию следует рассматривать как переработку оригинального произведения. Именно поэтому так важно определить, является ли вновь созданное в результате такой переработки произведение результатом частного случая свободного использования или его автор вышел за пределы бездоговорного использования и тем самым нарушил права правообладателя оригинального произведения. Для этого судам рекомендуется установить, было ли создано новое произведение или производное от оригинального, была ли совершена переработка произведения, и если ответ положительный, то есть ли

основания для отнесения переработанного произведения к жанру пародии. В последнем случае следует определить критерии и черты, отличающие пародию от оригинала, дозволенный объем заимствования той части пародируемого произведения, которая не подвергалась переработке в целях пародирования, значимость (важность) изменения первоначального произведения [15].

В материалах судебной практики можно найти критерии, которые выработаны судом для становления четких границ между пародией и непародийным производным произведением. Суды не отрицают, что пародия является вновь созданным произведением, измененным в отдельных частях по сравнению с оригинальным произведением (с привнесением нового смысла, сообщения), но с тем уточнением, что к пародии нельзя причислять произведение с модифицированной какой-то одной незначительной деталью, персонажем, объектом первоначального произведения. По мнению суда, оригинальное произведение должно быть в центре нового, а не быть его фоном или вспомогательным средством и иметь в качестве основной цели подражание оригинальному произведению. Причем пародируемое произведение должно быть узнаваемым. Поскольку полностью без заимствований из оригинального произведения при создании пародии не обойтись, суд может прибегнуть к помощи экспертов, чьи заключения, однако, подлежат оценке судом самостоятельно и в совокупности с иными доказательствами с учетом всех обстоятельств дела. Если автор назвал свое производное произведение пародией, это не означает, что оно таковым является. Признание произведения пародией, по мнению ВАС РФ, невозможно, если пародийный элемент слабый, а объем заимствования из оригинального произведения высокий. В таком случае автор производного произведения не получит защиты от правообладателя оригинального произведения, а, напротив, будет признан лицом, недобросовестно использовавшим первоначальное произведение [15].

Относительно применения критерия узнаваемости пародируемого произведе-

ния в судебной практике высказался Суд по интеллектуальным правам в Постановлении от 29.10.2013 № С01-126/2013 по делу о нарушении исключительных авторских прав на музыкальные произведения с текстом, использованные в телепередаче. По мнению истца, при исполнении музыкальной пародии на основе оригинальных музыкальных произведений музыка не подвергалась переработке, в связи с чем были нарушены права правообладателя музыкального произведения. Суд счел, что пародируемые произведения являются единичными музыкальными произведениями с текстом. Пародирование музыкальных произведений осуществлено в целом, а пародийный эффект достигнут за счет текста юмористического содержания и визуального ряда. Сама же оригинальная музыка позволяет достичь эффекта узнаваемости, без которого невозможно было бы понять, что именно легло в основу пародии [18]. На основании сказанного суд сделал вывод о неправомерности запрета правообладателю создавать пародии. Таким образом, правообладатель оригинального произведения не вправе запрещать третьим лицам создавать пародии, если при этом не изменяются отдельные части оригинального произведения.

Однако в другом деле суд принял решение, что при переработке аудиовизуального произведения, в том числе, для создания пародии на него требуется соблюдать права автора (правообладателя) музыкального произведения, которое переработке не подвергалось [17].

В зарубежной судебной практике делается вывод о том, что общественность (обычный потребитель) должна незамедлительно распознавать различие в оригинальном произведении и пародии. Так, Парижский апелляционный суд отклонил применение ст. L. 122-5-4 ° Кодекса интеллектуальной собственности Франции к книге, обложка которой не позволяла потребителю сделать однозначный вывод о том, что речь идет о пародии. Суд решил, что название книги «Мир Анны-Софи» оригинального произведения «Мир Софи» не создавало дополнительного юмористического эффекта. Кроме того, суд отметил,

что произвольные записи на титульном листе не были вполне читаемы для выполнения комической функции [2, с. 99]. В другом деле французский суд указал на столь незначительные изменения в тексте песни, что неосведомленная публика могла принять пародию за простую копию пародируемого произведения. Пометки «Жак Фезан согласно Жаку Преверу» недостаточно для отличия пародии от оригинала [10, с. 96].

В своей диссертации Isabelle Pignard выработала критерии пародии. Так, по мнению канадского автора, пародия должна быть настолько узнаваема, что не имеет возможности быть смешанной с оригинальным произведением, которое она пародирует. Кроме того, пародия создается только в юмористических целях [8].

Относительно первого критерия следует заметить, что общество должно иметь возможность идентифицировать пародию и не должно ошибиться в происхождении производного произведения. Упомянувшееся выше дело о книге «Мир Анны-Софи» наглядно иллюстрирует, что восприятие обществом отличия производного пародийного произведения от оригинального пародируемого произведения должно быть незамедлительным. Таким образом, пародия должна быть четко отграничена от оригинала, положенного в ее основу. При этом первоначальное произведение должно быть узнаваемо через пародию.

Согласно второму критерию пародия должна иметь «шуточный» характер. Юмористические цели должны толковаться широко. Пародия должна заставлять смеяться, поэтому ирония и сарказм одинаково рассматриваются как пародия.

A. Lucas приводит такой пример пределов пародии. Один художник использовал рекламный плакат духов «Chanel» для создания на его основе своего произведения. Оригинальный плакат содержал изображение известной модели Кейт Мосс с обнаженным торсом и жемчужным ожерельем. Художник удалил надписи, рекламирующие парфюмерный продукт, нарисовав другой флакон вместо оригинального и татуировав обнаженное тело модели фломастером, создавая таким образом впечатление, что манекенщица одета в одежду с

узорчатым принтом с длинными рукавами, как невеста. По мнению самого художника, данная работа направлена на создание комического эффекта и отражение контраста между классическим фото на оригинальном плакате и его переработанной версией. Судьи, рассматривавшие данное дело, решили, что здесь нет места пародии, а речь идет о переработке, т.е. создании производного произведения на основе существующего без согласия автора последнего [3, с. 716].

D. Voorhoof указывает, что если намерение автора состояло в том, чтобы «унизить», оскорбить достоинство автора оригинального произведения или «задеть» само произведение, то в этом случае речь идет не о пародии, а о нарушении прав автора оригинального произведения как основной цели, т.е. о нарушении чести и достоинства [7, с. 243]. Пародия не должна унижать достоинство произведения или его автора.

Согласно российскому законодательству обладатель исключительного права на произведение не имеет права ограничивать его использование в составе пародии или карикатуры. Однако, если автор оригинального произведения сочтет, что пародийное произведение порочит его честь, достоинство или деловую репутацию, он может обратиться в суд за защитой своих личных неимущественных прав и нематериальных благ в порядке, установленном в ст. 152 ГК РФ [16].

Если основной целью создания пародии является высмеивание пародируемого произведения, то следует ли считать пародией производные произведения, созданные исключительно в коммерческих целях? Речь идет о пародии в рекламе.

Так, в практике иностранных судов есть решение по делу о рекламе сети аптек, согласно которому реклама, критикующая своих конкурентов, может расцениваться как юмористическая. Изображение украшения, сделанного из таблеток и капсул, безусловно, имеет ироничный характер немного агрессивного свойства, но при этом не является дискредитацией конкурента и не пересекает ограничений на использование чужого произведения, установленных

законодательством, поскольку такое использование осуществляется в юмористических целях [4].

Следует заметить, что подобные примеры «осмеяния» конкурентов в зарубежной рекламе встречаются довольно часто. Например, канадская реклама дезодоранта «Ахе», по сути, создала пародию на рекламу «Old Spice», в которой американский актер Isaiah Mustafa сидит на коне. В рекламе «Ахе» использовали слоган, явно высмеивающий рекламу своего прямого конкурента: «Для мужчин, которые предпочитают быть с женщиной, а не на коне».

В российской маркетинговой практике тоже можно найти юмористические рекламные ролики. Так, в рекламе «Biotax» содержится явная пародийная отсылка к рекламному ролику конкурента – компании «Danone», выпускающей молочный йогурт «Activia». На видео одна героиня показывает другой, что покупает дорогой йогурт, потому что увидела в рекламе известную певицу, исполняющую танец живота. В рекламе конкурента используется именно этот образ. В 2001 г. компания «БиЛайн» рекламировала свой новый тарифный план с помощью видеоролика «День жестянщика». Похожий тарифный план в это же время появился и у главного в то время конкурента компании – МТС. Последняя выпустила ответ на данную рекламу, где спародировала главного героя ролика конкурента – автослесаря.

Думается, что в российском законодательстве к этой ситуации больше применима норма Закона «О рекламе», в соответствии с п. 2 ст. 5 которого реклама, содержащая некорректные сравнения рекламируемого товара с находящимися в обороте товарами, которые произведены другими изготовителями или реализуются другими продавцами, признается недобросовестной. При этом недопустимо сравнение по критериям, которые несопоставимы, равно как и нельзя использовать в рекламе неполное сравнение товаров, поскольку это искажает представление о рекламируемом товаре и не позволяет объективно оценить его свойства [16].

Норма п. 4 ст. 1274 ГК РФ, устанавливающая один из случаев свободного исполь-

зования произведения при переработке пародийного жанра, является специальной по отношению к нормам ст. 1270 ГК РФ, перечисляющей способы использования произведения, принадлежащего правообладателю. Создание и дальнейшее использование пародии или карикатуры является правомерным способом переработки произведения, в результате которого создается новое производное произведение, представляющее оригинальное произведение в комической форме.

Из содержания п. 4 ст. 1274 ГК РФ не следует, что законодатель ограничил объем, способ или художественную форму использования (переработки) оригинала при создании пародии. Создание и использование пародии ограничено п. 4 ст. 1274 ГК РФ установлением только требования о правомерном обнародовании оригинала произведения, а также недопущением оскорбления автора при создании пародии [19].

Во французском праве существует три понятия: пародия, карикатура и подражание. Причем эти понятия тесно переплетены. Карикатурой, согласно Ch. Caron, является использование охраняемого произведения в юмористических целях или в целях высмеивания [6]. В российской правовой доктрине, в частности, по мнению О.А. Рузаковой, карикатурой считается изображение в сатирическом или юмористическом стиле, где комический эффект достигается путем преувеличения и гиперболизации характерных черт, неожиданными сравнениями и уподоблениями [13].

Относительно свободы использования произведения в жанре карикатуры в европейской судебной практике имеется интересная позиция в деле «Erkanli против Турции». Европейские судьи пояснили, что свобода создания произведения карикатуристом не может быть меньше свободы журналиста, даже если сфера действия карикатуры расценивается как частично важное. Рисунок рассматривается как средство выражения, производящее возможно более сильное обсуждение в обществе, чем журналистская статья, даже если факты были публично известны.

Спорная карикатура не ограничивается воспроизведением имеющих утверждений [5].

Российская судебная практика считает карикатурой пародию по признаку сатирических высказываний, высмеивания социальных явлений [12]. Как было сказано выше, во французском законодательстве помимо понятия пародии есть термин подражание. Н. Desbois различает эти термины, употребляя их применительно к различным типам произведений. Так, подражание позволяет более широко воспроизводить стиль произведения и не ограничивается юмором. Речь идет о подражании манере и стилю, когда производится эффект высмеивания, несоответствия, неожиданности, представляющий юмористический характер [1, с. 56].

Для большинства авторов различие в этих двух терминах не является практикозначимым [9].

В заключение можно прийти к следующим выводам.

Во-первых, создание произведения в жанре пародии или карикатуры – это всегда реализация такого способа использования оригинального произведения, как его переработка, совершаемая без согласия правообладателя и без выплаты ему вознаграждения. Пародия и карикатура представляют собой частный случай создания производного произведения, когда такое действие не нарушает права правообладателя оригинального произведения.

Во-вторых, важными факторами, позволяющими свободно использовать оригинальное произведение на безоговорной основе, являются установленные признаки, разграничивающие производное произведение, не предназначенное для свободного использования, и пародийное произведение юмористического характера. Среди таких признаков можно выделить: нахождение оригинального произведения в центре пародии (карикатуры); присутствие в пародии (карикатуре) мощного пародийного элемента; добросовестное заимствование из оригинального произведения; узнаваемость в пародии (карикатуре) оригинального произведения.

В-третьих, п. 4 ст. 1274 ГК РФ является исключением из общего правила об использовании произведения только с согласия правообладателя, установленного ст. 1270 ГК РФ.

Список литературы:

- [1] С. COLOMBET. «La définition du pastiche». Dalloz, 1995.
- [2] CA Paris, 4e ch., section B, Légipresse n°203, juillet août 2003, I actualité.
- [3] CA Paris, pôle 5, 1re ch., 13 janvier 2010, Moerman et Galerie Gokelaere et Janssen c/ Sarl L'Office et Issermann, comm. A. LUCAS, propriétés intellectuelles, avril 2010, n°35, p. 716
- [4] Cass. Com. 13 octobre 2009, n° 08-16.972, JurisData n° 2010-017130 com. G. DECOCQ, et A. BALLOTLENA, «Concurrence déloyale et pratiques restrictives», JCP E, n°7, 17 février 2011, chron. 1135, n°16.
- [5] CEDH, 2e section, affaire Erkanli c/ Turquie, 13 février 2003, requête no 37721/97, n°14.
- [6] Ch. CARON, Droit d'auteur et droits voisins, 2e éd., 2009, n°382.
- [7] D. VOORHOOF, «La parodie et les droits moraux. Le droit au respect de l'auteur d'une bande dessinée: un obstacle insurmontable pour la parodie?», in Droit d'auteur et bande dessinée, Bruylant, Bruxelles, L.G.D.J., Paris, 1997, p. 236 et suiv.
- [8] Isabelle Pignard. La liberté de création. Droit. Université Nice Sophia Antipolis, 2013. Français. <NNT : 2013NICE0020>. <tel-00868027>.
- [9] Isabelle Pignard. La liberté de création. Droit. Université Nice Sophia Antipolis, 2013. Français. <NNT : 2013NICE0020>. <tel-00868027>.
- [10] P. TREFIGNY, L'imitation: contribution à l'étude juridique des comportements référentiels, Presses universitaires de Strasbourg, 2000, p. 222; A. LUCAS, H.-J. LUCAS, A. LUCAS-SCHLOETTER, Traité de la propriété littéraire et artistique, Litec, 4e éd., 2012, n° 445, p. 404 ; CARON, Droit d'auteur et droits.
- [11] Sté Enoch c/ Faizant et Le Point, TGI Paris, 7 octobre 1992, inédit », RTD com, 1993, p. 96.
- [12] Авторские и смежные с ними права: Постатейный комментарий глав 70 и 71 Гражданского кодекса Российской Федерации / М.Я.

Кириллова, П.В. Крашенинников, О.А. Рузакова и др. / Под ред. П.В. Крашенинникова. М.: Статут, 2010. – 480 с. Автор комментария к статье 1274 ГК РФ – О.А. Рузакова.

[13] Апелляционное определение Московского областного суда от 08.10.2012 по делу № 33-22376/2012 // Документ опубликован не был. СПС «КонсультантПлюс».

[14] Гражданский кодекс Российской Федерации. Авторское право. Права, смежные с авторскими: Постатейный комментарий к главам 69–71 / Б.М. Гонгалов, В.О. Калятин, М.Я. Кириллова и др. / Под ред. П.В. Крашенинникова. М.: Статут, 2014. – 510 с.

[15] Комментарий к Гражданскому кодексу Российской Федерации, части четвертой (постатейный) / В.О. Калятин, О.М. Козырь, А.Д. Корчагин и др. / Отв. ред. Л.А. Трахтенгерц. М.: КОНТРАКТ, ИНФРА-М, 2009. – 812 с. Автор комментария к статье 1274 ГК РФ – В.О. Калятин.

[16] Определение ВАС РФ от 09.09.2013 № ВАС-5861/13 по делу № А40-38278/2012-12-166. Документ опубликован не был // СПС КонсультантПлюс.

[17] Постановление Девятого арбитражного апелляционного суда от 19.07.2011 № 09АП-15619/2011-ГК по делу № А40-125210/09-110-860. Документ опубликован не был // СПС «КонсультантПлюс».

[18] Постановление Пленума ВАС РФ от 08.10.2012 № 58 «О некоторых вопросах практики применения арбитражными судами Федерального закона «О рекламе»» // Вестник ВАС РФ. 2012. № 12. декабрь.

[19] Постановление Пленума Верховного Суда РФ № 5, Пленума ВАС РФ № 29 от 26.03.2009 «О некоторых вопросах, возникших в связи с введением в действие части четвертой Гражданского кодекса Российской Федерации» // Российская газета. 22.04.2009. № 70.

[20] Постановление Президиума ВАС РФ № 5861/13 от 19.11.2013 по делу № А40-38278/2012. Документ опубликован не был // СПС «КонсультантПлюс».

[21] Постановление Суда по интеллектуальным правам от 29.10.2013 № С01-126/2013 по делу № А40-60254/2012. Документ опубликован не был // СПС «КонсультантПлюс».

[22] Постановление ФАС Московского округа от 09.11.2011 по делу № А40-125210/09-110-860. Документ опубликован не был // СПС «КонсультантПлюс».

Spisok literatury:

[1] С. COLOMBET. «La définition du pastiche». Dalloz, 1995.

[2] CA Paris, 4e ch., section B, Légipresse n°203, juillet août 2003, I actualité.

[3] CA Paris, pôle 5, 1re ch., 13 janvier 2010, Moerman et Galerie Gokelaere et Janssen c/ Sarl L'Office et Issermann, comm. A. LUCAS, propriétés intellectuelles, avril 2010, n°35, p. 716

[4] Cass. Com. 13 octobre 2009, n° 08-16.972, JurisData n° 2010-017130 com. G. DECOCQ, et A. BALLOTLENA, «Concurrence déloyale et pratiques restrictives», JCP E, n°7, 17 février 2011, chron. 1135, n°16.

[5] CEDH, 2e section, affaire Erkanli c/ Turquie, 13 février 2003, requête no 37721/97, n°14.

[6] Ch. CARON, Droit d'auteur et droits voisins, 2e éd., 2009, n°382.

[7] D. VOORHOOF, « La parodie et les droits moraux. Le droit au respect de l'auteur d'une bande dessinée : un obstacle insurmontable pour la parodie ? », in Droit d'auteur et bande dessinée, Bruylant, Bruxelles, L.G.D.J., Paris, 1997, p. 236 et suiv.

[8] Isabelle Pignard. La liberté de création. Droit. Université Nice Sophia Antipolis, 2013. Français. <NNT : 2013NICE0020>. <tel-00868027>.

[9] Isabelle Pignard. La liberté de création. Droit. Université Nice Sophia Antipolis, 2013. Français. <NNT : 2013NICE0020>. <tel-00868027>.

[10] P. TREFIGNY, L'imitation : contribution à l'étude juridique des comportements référentiels, Presses universitaires de Strasbourg, 2000, p. 222 ; A. LUCAS, H.-J. LUCAS, A. LUCAS-SCHLOETTER, Traité de la propriété littéraire et artistique, Litec, 4e éd., 2012, n° 445, p. 404 ; CARON, Droit d'auteur et droits.

[11] Sté Enoch c/ Faizant et Le Point, TGI Paris, 7 octobre 1992, inédit », RTD com, 1993, p. 96.

[12] Avtorskie i smezhny'e s nimi prava: Postatejny'j kommentarij glav 70 i 71 Grazhdanskogo kodeksa Rossijskoj Federacii / M.Ya. Kirillova, P.V. Krasheninnikov, O.A. Ruzakova i dr. / Pod red. P.V. Krasheninnikova. M.: Statut, 2010. – 480 s. Avtor kommentariya k stat'e 1274 GK RF – O.A. Ruzakova.

[13] Apellyacionnoe opredelenie Moskovskogo oblastnogo suda ot 08.10.2012 po delu № 33-

22376/2012 // Документ опубликован не был. SPS «Konsul'tantPlyus».

[14] Grazhdanskiy kodeks Rossijskoj Federacii. Avtorskoe pravo. Prava, smezhny'e s avtorskimi: Postatejny'j kommentarij k glavam 69–71 / B.M. Gongalo, V.O. Kalyatin, M.Ya. Kirillova i dr. / Pod red. P.V. Krashennnikova. M.: Statut, 2014. – 510 s.

[15] Kommentarij k Grazhdanskomu kodeksu Rossijskoj Federacii, chasti chetvertoj (postatejny'j) / V.O. Kalyatin, O.M. Kozy'r', A.D. Korchagin i dr. / Otv. red. L.A. Traxtengerc. M.: KONTRAKT, INFRA-M, 2009. – 812 s. Avtor kommentariya k stat'e 1274 GK RF – V.O. Kalyatin.

[16] Opredelenie VAS RF ot 09.09.2013 № VAS-5861/13 po delu № A40-38278/2012-12-166. Dokument opublikovan ne byl // SPS Konsul'tantPlyus.

[17] Postanovlenie Devyatogo arbitrazhnogo apellyacionnogo suda ot 19.07.2011 № 09AP-15619/2011-GK po delu № A40-125210/09-110-860. Dokument opublikovan ne byl // SPS «Konsul'tantPlyus».

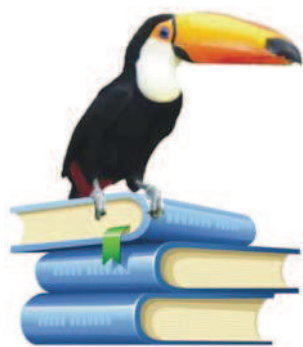
[18] Postanovlenie Plenuma VAS RF ot 08.10.2012 № 58 «O nekotory'x voprosax praktiki primeneniya arbitrazhny'mi sudami Federal'nogo zakona «O reklame»» // Vestnik VAS RF. 2012. № 12. dekabr'.

[19] Postanovlenie Plenuma Verxovnogo Suda RF № 5, Plenuma VAS RF № 29 ot 26.03.2009 «O nekotory'x voprosax, vznikshix v svyazi s vvedeniem v dejstvie chasti chetvertoj Grazhdanskogo kodeksa Rossijskoj Federacii» // Rossijskaya gazeta. 22.04.2009. № 70.

[20] Postanovlenie Prezidiuma VAS RF № 5861/13 ot 19.11.2013 po delu № A40-38278/2012. Dokument opublikovan ne byl // SPS «Konsul'tantPlyus».

[21] Postanovlenie Suda po intellektual'ny'm pravam ot 29.10.2013 № S01-126/2013 po delu № A40-60254/2012. Dokument opublikovan ne byl // SPS «Konsul'tantPlyus».

[22] Postanovlenie FAS Moskovskogo okruga ot 09.11.2011 po delu № A40-125210/09-110-860. Dokument opublikovan ne byl // SPS «Konsul'tantPlyus».



Объединенная электронная редакция

ЮРКОМПАНИ

www.publish.law-books.ru

Научно-издательская группа «ЮРКОМПАНИ»

осуществляет оперативную полиграфию и издание рукописей (монографий, учебников, учебных пособий, учебно-методических изданий и др.). Редакционно-издательский цикл включает несколько стадий:

- ✓ рецензирование рукописи;
- ✓ редактирование рукописи;
- ✓ первая корректура рукописи;
- ✓ форматирование и подготовка рукописи к верстке;
- ✓ верстка рукописи;
- ✓ вторая корректура рукописи и снятие вопросов, возникших в процессе верстки текста;
- ✓ согласование с автором сверстанного текста рукописи в формате pdf (по желанию автора),
- ✓ согласование с автором макета обложки рукописи (по желанию автора),
- ✓ печать согласованного с автором тиража книги.