

## МУЛЬТИМЕДИА – СИНТЕЗ ТРЕХ СТИХИЙ

Бирюкова А.М. Email: Biryukova637@scientifictext.ru

*Бирюкова Анастасия Михайловна – студент,  
направление: юриспруденция,  
Всероссийский государственный университет юстиции  
Российская правовая академия  
Министерства юстиции Российской Федерации, г. Москва*

**Аннотация:** в данной статье рассмотрены проблемы толкования понятия мультимедийный продукт. Проанализированы характерные особенности вышеназванного объекта исследования, а именно: признаки, субъекты, правомочия субъектов. Рассмотрены примеры судебной практики по интересующему объекту. Выявлена и обоснована необходимость совместного использования российского и зарубежного законодательства для полного правового регулирования мультимедиа. На основе проведенного исследования автором предлагается расширить ст. 1263 ГК РФ примечанием, в котором бы упоминалось о мультимедийном продукте как о произведении, функционирующем на основе программы для ЭВМ, состоящем из зафиксированной серии связанных между собой изображений, последовательность которых определяется взаимодействием пользователя с произведением, и предназначенном для зрительного, звукового восприятия с помощью соответствующих технических устройств.

**Ключевые слова:** мультимедиа, интеллектуальное право, исключительные авторские права, российское и зарубежное законодательство, судебная практика.

## MULTIMEDIA – SYNTHESIS OF THREE ELEMENTS

Biryukova A.M.

*Biryukova Anastasia Mikhailovna – Student,  
DIRECTION OF TRAINING: JURISPRUDENCE,  
ALL-RUSSIAN STATE UNIVERSITY OF JUSTICE  
RUSSIAN LEGAL ACADEMY  
THE MINISTRY OF JUSTICE OF THE RUSSIAN FEDERATION, MOSCOW*

**Abstract:** in this article, problems of interpretation of the concept of a multimedia product are considered. The characteristic features of the above-mentioned object of research, namely: signs, subjects, powers of subjects are analyzed. Examples of judicial practice on the object of interest are considered. The necessity of joint use of Russian and foreign legislation for full legal regulation of multimedia is revealed and justified. Based on the study, the author proposes to expand Art. 1263 of the Civil Code of the Russian Federation with a note mentioning a multimedia product as a product functioning on the basis of a computer program consisting of a fixed series of interrelated images, the sequence of which is determined by the interaction of the user with the work and intended for visual and audible perception with the help of appropriate technical devices.

**Keywords:** multimedia, intellectual right, exclusive copyrights, Russian and foreign legislation, judicial practice.

УДК 347

Новые технологии наскавозь пропитывают всю нашу жизнь: электронные доски в школах, голографические проекции, интерактивные зоны в музеях и т.д. Все мы не раз слышали слова «мультимедиа», «мультимедийное произведение», не раз посещали мультимедийные выставки, например, «Я – Айвазовский», «Россия – моя история», «Босх. Ожившие видения», «Микеланджело. Сотворение мира», «Ван Гог. Ожившие полотна» и др.

Но мало кто задумывался, что подразумевается под мультимедийным продуктом, каков его правовой режим. Согласно ст. 1240 ГК РФ законодатель его относит к результату интеллектуального права, но не дает легального толкования [9].

Рассмотрим несколько вариаций интерпретирования вышеназванного понятия. По мнению Бент Б. Андерсена и К. Ван ден Бринка, это «сочетание нескольких видов данных (текст, графика, звук, видео) в одном цифровом представлении» [16]. Шлыкова О.В. отождествляет мультимедийные продукты с «документами, несущими в себе информацию и предполагающие использование специальных устройств для их создания и воспроизведения» [24, с. 138]. Годра Ф. считает: вышеупомянутый объект – «обычное произведение, преобразованное в цифровую форму при помощи программного обеспечения, базы данных» [18, с. 64]. На международном уровне в п. 43 Зеленой книги Европейской комиссии от 19 июля 1995 г. «Авторское право и смежные права в информационном обществе» утверждается, что "multimedia" – это комбинации данных и объектов, таких как изображения, текст, музыка и программное обеспечение [7].

Итак, из вышесказанного выведем свое определение: мультимедиа – особый вид компьютерной технологии, объединяющий как статическую визуальную (текст, графика), так и динамическую (речь, музыка, видеофрагменты, анимация) информацию.

Зачем же нужен мультимедийный продукт? Он группирует огромные и разрозненные объемы информации, дает возможность с помощью online-взаимодействия выбирать интересующие info-блоки, усиливает эффективность восприятия. Поэтому целями использования выступают: популяризаторская (демонстрирование массе людей); развлекательная (симуляторы); просветительская (методические пособия, разработанные учеными); научно-исследовательская («хранилища» информации в архивах, музеях и т.п.) деятельность [17].

Теперь проанализируем признаки мультимедийного продукта. Одной из характеристик изучаемого вопроса является сложность объекта. Отметим, для «наслоения» нескольких результатов интеллектуальной работы друг на друга необходимы программы для ЭВМ, объединяющие разнообразие компоненты, формирующие мультимедиа. Сложность привносит то, что в конструировании необходимо лицо, организующее эту работу [20, с. 147].

Другим свойством выступает виртуальность. Перечислим две характеристики: содержательную – свойство идеального объекта, передающего выдуманное отображение мира автором, и формально-юридическую – демонстрация результата в электронно-цифровой форме с применением IT-технологии.

Следующий признак – интерактивность: переводящийся как «относящийся к диалогу «человек – машина» [26], к примеру, система «Умный дом», где человек путем ввода определенных команд взаимодействует с жилым помещением.

Я считаю, что важно уделить внимание следующим ситуациям. С одной стороны, не все интернет-сайты обладают вышеназванным признаком, например, «сайты-визитки» нужны лишь для их просмотра. С другой стороны, она встречается у многих результатов интеллектуальной деятельности, имеющих электронно-цифровую форму, но не все рассматриваются как мультимедийные продукты. К примеру, electronic-карта в музее, магазине. В этих примерах интерактивность проявляется в том, что только благодаря взаимодействию с ними они функционируют.

Однако, для признания данных результатов multimedia-материалами требуется соблюдение трех признаков в совокупности.

Перечислим участников формирования произведения-мультимедиа и их права. Обладателями правомочий на него по первоначальному основанию (возникают в силу самого факта создания автором произведения) являются его авторы: сценарист, художник, программист и композитор. В случае участия в процессе создания изучаемого объекта организатора в лице продюсера указанные авторы, кроме прав на созданные ими результаты интеллектуальной деятельности, должны передавать ему исключительное право на мультимедийный продукт в целом, которое в этом случае у него возникает по производному основанию (в результате перехода к нему правомочий, уже принадлежащих автору) [20, с. 153].

Итак, установим, о каких авторских правах на multimedia идет речь? Ввиду многообразия взаимоотношений, возникающих между субъектами, наиболее значимыми выступают имущественные права, определяющие правила использования и распоряжения мультимедиа или отдельных частей, как самостоятельных произведений. Эти правомочия делегируются полностью или частично по договору авторского заказа на создание объекта авторского права, входящего в состав мультимедиа-продукта, с отчуждением заказчику исключительных прав.

Отметим: спецификой "Copyright law" выступает, что на основе авторских договоров делегируются лишь имущественные права, а личные неимущественные, к примеру, право авторства или право на имя не вручаются иным лицам, даже при передаче всех имущественных прав [21, с. 51].

Так, право авторства предполагает возможность называться автором произведения (ст. 1265 ГК РФ). Сергеев А.П. считает его важнейшим: авторы multimedia обладают вышеупомянутым правомочием на этот объект в целом, но лица, создавшие результаты интеллектуальной деятельности, вошедшие в состав рассматриваемого материала, признаются творцами собственных произведений [23, с. 78].

Следующим назовем право автора на имя, которое, как и предыдущее, может принадлежать лишь фактическому создателю творения (ст. 1265 ГК РФ). Оно не делегируется по наследству и не может быть уступлено. После смерти автора сохраняются лишь полномочия по охране соответствующего блага от нарушений со стороны третьих лиц (ст. 1267 ГК РФ). Порядок и способ указания имен авторов multimedia должен устанавливаться соглашением между ними. Вместе с тем п. 4 ст. 1240 ГК РФ содержит норму: участник, организовавший формирование сложного объекта, вправе указывать свое имя или наименование либо требовать этого [21, с. 56].

Важным личным неимущественным правом является право на неприкосновенность произведения (ст. 1266 ГК РФ). Оно обеспечивает целостность и неизменность. По мнению Малеиной М.Н., суть вышеназванного состоит в широком понимании включения возможности для автора запрещать изменения в произведении.

Также упомянем право на обнародование произведения (ст. 1268 ГК РФ). Авторы сами совершают действия, делающие творение доступным для всеобщего сведения путем публичного показа. Вышеупомянутое правомочие может осуществляться не только самими авторами, но и наследниками (п. 3 ст. 1268 ГК РФ) [22, с. 237-242].

Вы спросите: «Какие же области применения мультимедийных технологий?». К примеру, сфера образования: учащиеся визуально и на слух воспринимают материал лекции и одновременно управляют его подачей, возвращаясь к непонятным или интересным разделам. Известно: в процессе обучения осваивается не более чем 1/4 предлагаемой информации, а мультимедиа позволяет в 2-3 раза увеличить этот показатель.

В бизнесе мы также прибегаем к вышеуказанной технологии, благодаря которой осуществляется online-контроль за производственными процессами. Кроме того, эти устройства демонстрируют товары, а клиент выбирает нужный. Такие системы в туристической и автомобильной сферах.

Мультимедиа применима для видеоконференций, к примеру, на форумах, симпозиумах, конгрессах, являющихся важной формой обмена профессиональными данными. Актуальность вышеупомянутых систем в России обусловлена наличием территориально удаленных научно-культурных, социально-экономических центров, недостатком средств для обеспечения традиционных форм сотрудничества, к примеру, командировки и т.п. [19]. Можно сделать вывод, что тотальная технологизация охватила все сферы жизнедеятельности современного общества. Ноу-хау свидетельствуют о развитии человека.

Судебная практика богата делами о загадочном объекте. Так, Постановлением Суда по интеллектуальным правам от 30.01.2017 № С01-1029/2016 по делу № А40-14248/2016 заявляется требование о взыскании компенсации за нарушение исключительных авторских прав, где истец обладает вышеупомянутыми правомочиями на музыкальное произведение. Спорный материал был неправомерно включен ответчиком в состав сложного объекта – аудиовизуального произведения (телепередачи) и переработанного. Дело передано на новое рассмотрение: не установлено, является ли данная телепередача аудиовизуальным творением, правомерно ли включен в ее состав спорный объект, имела ли место переработка вышеупомянутого музыкального продукта [15].

Также, Постановлением Суда по интеллектуальным правам от 21.12.2016 № С01-1035/2016 по делу N А43-22681/2015 выдвигается требование о взыскании компенсации за нарушение исключительных прав на аудиовизуальные произведения. В ходе проверки, проведенной сотрудниками правоохранительных органов, в киоске ответчика была установлена продажа мультимедийной продукции с признаками контрафактности. По мнению истца, ответчик нарушил исключительные права на музыкальные объекты. В удовлетворении требования отказано, т.к. истец не предоставил доказательства в подтверждение вышеуказанного факта [14].

Мы определили взгляд России на мультимедийный продукт. А какое же отношение к multimedia за рубежом?

В США к объектам нашего исследования применяют нормы об аудиовизуальном произведении. Согласно § 101 Закона об авторском праве США оно состоит из серии связанных изображений для показа с использованием technical-средств, как electro-оборудование вместе с сопровождающими звуками, к примеру, фильмы [2]. Это обусловлено расширительным толкованием понятия серии связанных изображений: как фиксированной последовательности сменяемых изображений или как их связи, представляемой в «некотором единстве». Большинство судей остановились на последнем. Дело "Midway Mfg. Co. v. Arctic International Inc." [27]: "multimedia" аудиовизуальное произведение [21, с.67]. К аналогичному выводу пришли в деле "Atari Games Corp. v. Oman" [28].

В английском праве ряд ученых пришли к рассмотрению мультимедийного продукта как базы данных (на основании анализа ст. 3А Закона Великобритании об авторском праве, дизайне и патентах 1988 г. [4]: «совокупность произведений, данных или других материалов», охраняемая как литературное творение). Однако сегодня на мультимедиа распространяется режим фильма. Такого подхода придерживается Австралия [1]. Важную роль в определении правового режима multimedia сыграло решение по делу "Nintendo Co. Ltd v. Golden China TV Game" [25], где вышеупомянутым объектам была придана правовая охрана фильма.

Такой вывод основан на понятии кинематографического произведения из Закона об авторском праве ЮАР: «последовательность изображений, которые при использовании механических, электронных или иных устройств рассматриваются как движущиеся изображения». [3]. Таким образом, в странах англо-американской системы авторского права мультимедиа подпадает под категорию аудиовизуального произведения (США), в других случаях – «фильм» в широком смысле (Великобритания, Австралия, ЮАР) [21, с. 74].

В странах континентальной системы авторского права иные подходы. Франция не согласна, что multimedia аудиовизуальное произведение. Согласно ст. L112-2 Кодекса об интеллектуальной собственности Франции (далее – Кодекс Франции) она не называется таковым, т.к. это «произведение, состоящее из последовательности движущихся изображений» (ввиду особой роли пользователя в его

функционировании).

Но и здесь ведутся споры: результат сотрудничества или коллективный. Согласно Кодексу Франции в создании материала, являющегося результатом сотрудничества, участвует более одного физического лица (ст. L113-2 Кодекса Франции) [5]. Коллективное – созданное по инициативе физического или юридического лица, которое выпускает его в свет под своим руководством и именем, где личный творческий вклад различных авторов объединяется в одно, без наделения каждого отдельным правом на произведение в целом (ст. L113-2 Кодекса Франции). Различие: в создании коллективного произведения принимает участие организатор, а при сотрудничестве создается только соавторами. Многие французские суды определяют интересующий нас объект, как коллективное произведение. Подчеркнем, что каждый конкретный случай квалифицируется отдельно. Тем не менее, выделяется необходимость определения единого правового режима для произведений, созданных с помощью программы для ЭВМ [21, с. 78].

В праве Германии тоже нашли отражение различные интерпретации multimedia. Первоначально Апелляционный суд Франкфурта-на-Майне указал, что вышеназванный объект следует охранять не как единое произведение, а в зависимости от составляющих его частей как компьютерную программу и кинематографическое творение. Впоследствии изменили свою позицию: невозможность определения мультимедиа как кинематографическое произведение, отметив существенные различия в функционировании. Поэтому, с точки зрения суда в вышеупомянутом объекте нет признака «последовательной смены изображений» (существенная характеристика фильма).

В то же время Верховный суд Баварии пришел к противоположному выводу: признал за multimedia режим кинематографического произведения (так же, как и в странах общего права). Кельнский суд указал, что мультимедиа охраняется двумя режимами: как компьютерные программы и как кинематографические творения (§ 69a и § 88 Закона Германии об авторском праве и смежных правах 1965 г. (далее – Закон Германии)).

При этом, если кинематографический элемент не обладает признаками интеллектуальной работы по смыслу § 2 (2) Закона Германии (требование оригинальности), то объект охраняется как последовательность изображений или звуков (§ 95 указанного Закона) [8]. В силу названного параграфа некоторые такие нормы будут применяться к multimedia. В настоящее время именно это толкование мультимедийных продуктов является преобладающим в германском праве [21, с. 87]. Схожий правовой режим выработан также в Бельгии [6].

Проанализировав интересующий нас объект, подведем итог. Multimedia проникла во все: образование, индустрия развлечений, медицина, бизнес и т.д. Однако, есть и негативные моменты применения мультимедиа: например, российские суды трансформируют мультимедиа в программу для ЭВМ [10] или базу данных. [11]. Законодатель отказывается от расширительного толкования положений о том, как требуется защищать права на произведения-мультимедиа, и кто является автором. Подобное приводит, что к мультимедиа как к объекту права не применяются нормы о сложном объекте, а это влечет к существенным нарушениям прав некоторых авторов, участвующих в его формировании. Более того, это ограничивает размер потенциально возможной компенсации.

Важно и следующее, при представлении мультимедийного продукта как объекта авторского права сужается объем способов защиты, указанных в ст. 1252 ГК РФ. Так, охране подлежит только форма выражения мультимедиа, в то время как бренд, под которым выпускается продукт и решения, повышающие конкурентоспособность вышеназванного объекта, не защищаются нормами главы 70 ГК РФ. Поэтому, организатор создания мультимедийного произведения может рассчитывать на взыскание компенсации по ст. 1515 ГК РФ, суммы которой могут быть достаточно существенными [13]. Более того, в силу п. 7 ст. 1252 ГК РФ к мультимедиа, в состав которой входят обозначения, зарегистрированные в качестве товарных знаков, будут применяться нормы главы 2.1 Федерального закона «О защите конкуренции», что позволяет правообладателю обратиться с жалобой в Федеральную антимонопольную службу Российской Федерации. Административный способ защиты прав при неправомерном использовании средств индивидуализации потенциально применим в отношении аудиовизуальных произведений [12].

В качестве возможных путей решения вышеназванных проблем мы предлагаем расширить примечанием ст. 1263 ГК РФ, в котором бы упоминалось о мультимедийном продукте как о произведении, функционирующем на основе программы для ЭВМ, состоящем из зафиксированной серии связанных между собой изображений, последовательность которых определяется взаимодействием пользователя с произведением, и предназначенном для зрительного, звукового восприятия с помощью соответствующих технических устройств.

Что же касается защиты прав лиц, участвующих в процессе создания мультимедиа, то требуется наличие в компании-организаторе процесса создания мультимедийных продуктов особого внутрикорпоративного документа, содержащего следующее: порядок взаимодействия с государственными органами по вопросам регистрации товарных знаков и выдаче патентов

(преимущественно с Роспатентом); порядок урегулирования отношений с авторами отдельных результатов интеллектуальной деятельности, работающих над созданием мультимедийного продукта.

Поэтому заявляем: мультимедийные продукты очень важны для жизнедеятельности людей XXI в., они делают ее полноценней. И хоть российское и зарубежное законодательство неидеально, продолжают споры, мы должны стремиться к единственно верному пониманию значимости вышеназванного объекта.

### *Список литературы / References*

1. Australian. Copyright Act 1968 (consolidated as of June 27, 2015) // Сайт Всемирной организации интеллектуальной собственности в разделе «Документы ВОИС». [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://www.wipo.int/wipolex/ru/details.jsp?id=15724/> (дата обращения: 15.10.2017).
2. United States of America. Copyright Act of 1976, 17. U.S.C. §§ 101 et seq. (Consolidated Copyright Laws as of June 2009) // Сайт Всемирной организации интеллектуальной собственности в разделе «Документы ВОИС». [Электронный ресурс]. Режим доступа: [http://www.wipo.int/wipolex/ru/text.jsp?file\\_id=130041/](http://www.wipo.int/wipolex/ru/text.jsp?file_id=130041/) (дата обращения: 15.10.2017).
3. South Africa. Copyright Act, 1978 (Act No. 98 of 1978, as amended up to Copyright Amendment Act 2002) // Сайт Всемирной организации интеллектуальной собственности в разделе «Документы ВОИС». [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://www.wipo.int/wipolex/en/details.jsp?id=4067/> (дата обращения: 15.10.2017).
4. The United Kingdom of Great Britain and Northern Ireland. Copyright, Designs and Patents Act of November 15, 1988 // Сайт Всемирной организации интеллектуальной собственности в разделе «Документы ВОИС». [Электронный ресурс]. URL: <http://www.wipo.int/wipolex/ru/details.jsp?id=1640/> (дата обращения: 15.10.2017).
5. France. Law № 92-597 of 1 July, 1992, on the Intellectual Property Code (Legislative Part) // Сайт Всемирной организации интеллектуальной собственности в разделе «Документы ВОИС». [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://www.wipo.int/wipolex/en/details.jsp?id=12766/> (дата обращения: 15.10.2017).
6. Belgium. Law of June 30, 1994, on Copyright and Neighboring Rights (as amended by the Law of April 3, 1995) // Сайт Всемирной организации интеллектуальной собственности в разделе «Документы ВОИС». [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://www.wipo.int/wipolex/en/details.jsp?id=403/> (дата обращения: 15.10.2017).
7. Green Paper Copyright and Related Rights in the Information Society COM (95) 382 final, Brussels, July 1995 [Электронный ресурс]. URL: [http://aei.pitt.edu/1211/1/copyright\\_info\\_society\\_gp\\_COM\\_95\\_382.pdf/](http://aei.pitt.edu/1211/1/copyright_info_society_gp_COM_95_382.pdf/) (Дата обращения: 15.10.2017).
8. Germany. Act on Copyright and Neighboring Rights (as amended July 16, 1998) // Сайт Всемирной организации интеллектуальной собственности в разделе «Документы ВОИС». [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://www.wipo.int/wipolex/en/details.jsp?id=1034/> (дата обращения: 15.10.2017).
9. «Гражданский кодекс Российской Федерации (часть четвертая)» от 18.12.2006 № 230-ФЗ (ред. от 03.07.2016, с изм. от 28.03.2017) (с изм. и доп., вступ. в силу с 01.01.2017) // «Российская газета». № 289, 22.12.2006. [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://www.consultant.ru/cons/cgi/online.cgi?req=doc&base=LAW&n=203243&fld=134&dst=100028,0&rnd=0.09122131211282203#0/> (дата обращения: 15.10.2017).
10. Постановление Суда по интеллектуальным правам от 20.02.2015 № С01-42/2015 по делу N А01-161/2014. [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://www.consultant.ru/cons/cgi/online.cgi?req=doc&base=SIP&n=11626#0/> (дата обращения: 15.10.2017).
11. Постановление Девятого арбитражного апелляционного суда от 29.07.2015 № 09АП-25762/2015 по делу N А40-2686/12. [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://www.consultant.ru/cons/cgi/online.cgi?req=doc;base=MARB;n=874702#0/> (дата обращения: 15.10.2017).
12. Постановление Девятого арбитражного апелляционного суда от 23.09.2015 N 09АП-34795/2015 по делу N А40-48791/15. [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://www.consultant.ru/cons/cgi/online.cgi?req=doc;base=MARB;n=914516#0/> (дата обращения: 15.10.2017).
13. Решение Арбитражного суда г. Москвы от 22.04.2016 по делу № А40-147823/15-51-1211. [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://sudact.ru/arbitral/doc/AnmOqgCJK761/> (дата обращения: 15.10.2017).

14. Постановление Суда по интеллектуальным правам от 21.12.2016 № С01-1035/2016 по делу № А43-22681/2015. [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://www.consultant.ru/cons/cgi/online.cgi?req=doc;base=SIP;n=27277#0/> (дата обращения: 15.10.2017).
15. Постановление Суда по интеллектуальным правам от 30.01.2017 № С01-1029/2016 по делу № А40-14248/2016. [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://www.consultant.ru/cons/cgi/online.cgi?req=doc;base=SIP;n=28365#0/> (дата обращения: 15.10.2017).
16. *Андерсен Бент Б., Ван ден Бринк Катя.* Мультимедиа в образовании: специализированный учебный курс. М.: Дрофа, 2007. [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://bookre.org/reader?file=770311/> (дата обращения: 15.10.2017).
17. *Гаврилова Л.Г.* Феномен мультимедиа: технологический, культурологический и искусствоведческий взгляд. // Оренбургский государственный университет, 2015. [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://elib.osu.ru/bitstream/123456789/1008/1/1776-1783.pdf> (дата обращения: 15.10.2017).
18. *Годра Ф.* Краткие заметки о правовом режиме произведения мультимедиа / Пер. с фр. О. Прониной // Интеллектуальная собственность. Авторское право и смежные права, 2002. № 6. С. 61-65.
19. *Деникин А.А.* Мультимедиа и искусство: от мифов к реалиям / [Электронный ресурс]. Режим доступа: <https://web.archive.org/web/20140728130814/http://sias.ru/magazine/vypusk-6-2013/yazyki/843.html/> (дата обращения: 15.10.2017).
20. *Дозорцев В.А.* Интеллектуальные права: Понятие. Система. Задачи кодификации. Сборник статей. М., 2005. 416 с.
21. *Котенко Е. С.* Авторские права на мультимедийный продукт: монография / Е.С. Котенко. Науч. изд. М.: Проспект, 2016. 128 с.
22. *Малеина М.Н.* Личные неимущественные права граждан: понятие, осуществление, защита. М.: МЗ Пресс, 2000. 244 с.
23. *Сергеев А.П.* Право интеллектуальной собственности в Российской Федерации: Учеб. 2-е изд., перераб. и доп. М.: ООО «ТК Велбн», 2003. 752 с.
24. *Шлыкова О.В.* Культура мультимедиа. М., 2004. 415 с.
25. *Golden China TV Game Centre and Others v Nintendo Co Ltd (55/94) [1996] ZASCA 103; 1997 (1) SA 405 (SCA); [1996] 4 All SA 667 (A); (25 September 1996).* [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://www.saflii.org/za/cases/ZASCA/1996/103.html/> (дата обращения: 31.01.2018).
26. Энциклопедии & Словари. [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://enc-dic.com/> (дата обращения: 31.01.2018).
27. *Midway Mfg. Co. v. Artic Intern., Inc., 547 F. Supp. 999 (N.D. Ill. 1982).* [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://law.justia.com/cases/federal/district-courts/FSupp/547/999/1478912/> (дата обращения: 31.01.2018).
28. *Atari Games Corporation, Appellant, v. Ralph Oman, Register of Copyrights, Appellee, 979 F.2d 242 (D.C. Cir. 1992).* [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://law.justia.com/cases/federal/appellate-courts/F2/979/242/383509/> (дата обращения: 31.01.2018).