



## ПРОДЮСЕР В АУДІОВІЗУАЛЬНОМУ БІЗНЕСІ: ПРАВОВІ АСПЕКТИ ДІЯЛЬНОСТІ

**Катерина Афанасьєва,**  
*завідувач сектору авторського права НДІ  
інтелектуальної власності НАПрН України,  
кандидат філологічних наук*

Розвиток українського аудіовізуального бізнесу зумовлений переходом від державної до продюсерської системи організації та фінансування телевиробництва. Ця докорінна зміна системи виробництва телевізійного продукту стала причиною й інших глибинних перебудов, зокрема, трансформації вітчизняного законодавства у цій сфері. Зростання популярності телевізійних проєктів та, як наслідок, стрімкий розвиток «фабрики» з виробництва телевізійного продукту зумовлює *актуальність проблеми* правового захисту всіх учасників процесу створення цього медійного продукту. Адже реалізація телепроєкту потребує залучення не лише творчого потенціалу, але й значних фінансових інвестицій, якими автори ідеї, зазвичай, не володіють. Саме використання матеріальних активів уже на стадії створення фільму дає привід говорити про захист прав ще однієї самостійної фігури — виробника аудіовізуального твору, чи продюсера.

Дослідження ролі продюсера в сучасному аудіовізуальному бізнесі присвячено чимало праць науковців, серед яких О. Гоян, В. Падейський, В. Цвік, В. Коломієць. Деякі аспекти правового регулювання його діяльності досліджують В. Дозорцев, Е. Гаврилов, О. Єрмакова. Роль продюсера у телеіндустрії тісно пов'язана з глумаченням цього поняття, його класифікацією та визначенням його функцій на всіх етапах роботи над проєктом.

**Продюсер (film-maker, producer)** — ініціатор, фінансист, виробник екранної продукції. Здійснює художній і організаційний контроль, несе відповідальність за дотримання договірних зобов'язань [1]. Правове визначення **продюсера** аудіовізуального твору знаходимо в Законі України «Про авторське право та суміжні права»: «*продюсер* — особа, що організує або організує та фінансує створення аудіовізуального твору» [2]. Одрядзу зауважимо, що українське законодавство не вважає продюсера автором аудіовізуального твору. Для прикладу, в США — країні з кардинально іншою правовою системою — за продюсерами закріплено авторське право на аудіовізуальний твір. Вони користуються всіма прерогативами автора. Натомість, режисери, автори сценаріїв, діалогів, музики є лише найманими працівниками продюсера та можуть розраховувати тільки на соціальний захист трудовим законодавством. Зрозуміло, що такий підхід не може бути реалізований в Україні, оскільки вітчизняний ринок аудіовізуальної продукції не дає можливості продюсерам досягти такого фінансового рівня, щоб наймати авторів фільму як постійних працівників, сплачувати їм зарплату, забезпечувати соціальний захист тощо. Значно дешевшими та прийнятнішими для українського продюсингу є одноразові виплати гонорару за передання майнових прав на використання творів.



На думку В. Дозорцева особливість телепродукту полягає в тому, що автор може випустити проект лише за допомогою технічних можливостей телекомпанії [3], тож саме виробникам і мають належати права на телепродукт. Цієї ж думки дотримуються Е. Гаврилов та П. Круг [4]. Намагаючись захистити саме інтереси виробників, українське законодавство зазначає, що автори аудіовізуального твору *передають продюсерові чи виробникові цього твору майнові права на його використання*. В результаті, продюсер як власник майнових авторських прав на використання твору має досить широкі повноваження. Він здійснює художній і організаційний контроль, несе повну відповідальність за дотримання всіх зобов'язань перед авторами, виконавцями й технічними працівниками. Продюсери нерідко й самі є сценаристами, режисерами-постановниками власних фільмів. У цьому разі вони стають не лише власниками авторських прав, але й співавторами аудіовізуального твору. Варто зауважити, що значення продюсера як інвестора в пострадянських країнах набуло дещо іншого значення. Справжніх продюсерів, які володіють значними фінансовими капіталами та беруть на себе зобов'язання щодо фінансового ризику проекту, дуже мало. Здебільшого, це телекомпанії, котрі фінансують проекти, укладаючи угоди з кіностудіями. Продюсерові ж відводиться роль розпорядника грошей телекомпанії.

У масштабних телепроектах функції продюсера можуть розподілятися серед кількох продюсерів, які відповідають за певні сфери виробництва. За цією ознакою виділяють:

- генерального продюсера — особу, що забезпечує розробку та реалізацію проекту, координує роботу інших продюсерів;
- виконавчого продюсера — довірену особу телекомпанії, студії, що виконує адміністративні функції керівника знімальної групи;

- фінансового продюсера — особу, що шукає спонсорів та інвесторів для телевізійних проектів;
- продюсера з реалізації — особу, що відповідає за реалізацію готової аудіовізуальної продукції та отримання прибутку від такої реалізації.

У такому разі майнові права на використання твору передаються генеральному продюсеру. І саме йому належить право укладати угоди з телеканалами та кінотеатрами щодо його демонстрації. При цьому автори аудіовізуальних творів не можуть заперечувати проти подальшого виконання, відтворення, сповіщення й іншого використання аудіовізуального твору телеканалами та іншими організаціями, з якими продюсер укладе угоду. Водночас автори лишають за собою право на отримання справедливої винагороди за кожне оприлюднення, публічне виконання, показ, демонстрацію чи сповіщення їхнього твору. Виплати здійснюються через організації колективного управління правами авторів і становлять 2–5 % від доходів телекомпанії внаслідок використання аудіовізуального твору чи витрат, пов'язаних із цим використанням (придбання ліцензії тощо) [5]. Однак вони є просто мізерними порівняно з аналогічними виплатами, наприклад, у США, де за одну демонстрацію 2-годинного фільму автор сценарію та режисер отримують по \$ 25 000–35 000.

### Перші кроки продюсера

Найбільша проблема, з якою доводиться стикатися продюсерам на початковому етапі роботи над проектом, — це захист оригінальної ідеї. Не секрет, що значний відсоток власної продукції телеканалів є насправді використанням шаблонів зарубіжних телеформатів. Утім у боротьбі за глядача вирішальною є саме оригінальна новаторська ідея чи «свіже» рішення для вже відомого жанру телепроекту.



Для багатьох недосвічених авторів і продюсерів норма Закону України «Про авторське право та суміжні права», відповідно до якої *ідея не охороняється авторським правом*, звучить як вирок. Та саме вдала оригінальна ідея стає запорукою успішності проекту й вона ж є найбільш незахищеною його частиною. Тож зберегти за собою право на ідею залишається для її авторів і продюсерів питанням номер один. Натепер ідеї та сюжети, що мають попит або є популярними, «прокручуються» безліч разів — доти, доки вони дають прибуток. І це явище стосується не лише літератури. Імідж персонажа, амплуа актора, образ ведучого телепрограми можуть бути використані для подальшого втілення іншими авторами й акторами.

Каменем спотикання в діяльності сучасних телекомпаній є використання ідеї потенційно успішного телепроєкту. Оскільки охороні авторським правом підлягають не ідеї телепрограми, а конкретні передачі, сполучення образів, кадрів, фраз, тому цією можливістю успішно користуються телеканали. Запозичуючи в конкурентів вдалі ідеї телевізійних проєктів, вони абсолютно легально реалізують їх на своєму каналі.

Наприклад, ідею створення ранкової програми підхопили всі телеканали, але втілювати її намагалися по-різному. Теж саме можна сказати і про більшість інших телепроєктів. Ідея телевізійних розіграшів безвідмовно спрацювала в усіх її втіленнях на різних телеканалах («Прихована камера», «Зроби мені смішно», «Сам собі режисер» тощо). А тема ремонту виявилася чи не найактуальнішою для глядачів. Однак гран-прі глядацьких симпатій у всьому світі отримали інтелект- та талант-шоу. Втім, *належним чином оформлена ідея може здобути правову охорону*. Запорукою цього є її деталізоване відображення. Для телепроєкту «деталізоване відображення» набуває форми телесценарію. Чим де-

тальніше описані сюжетні лінії, характери, дрібниці інтер'єру телестудії чи умови телегри, тим більшою є охороноспроможність цього твору.

#### **Перевірка на «патентну чистоту»**

Цей популярний на Заході термін дуже актуальний і для українського продюсінгу. Починаючи працювати над проєктом, слід особливо уважно поставитися до цього важливого етапу підготовчої роботи, щоб у майбутньому уникнути можливих судових позовів.

Зазвичай, для створення аудіовізуального твору спеціально залучають авторів, але це не заважає продюсерів одночасно використовувати вже наявні сценарії чи музичні композиції. У такому разі потрібно бути особливо уважними й отримати дозвіл у всіх власників авторських прав. Необхідно з'ясувати, хто є справжнім власником прав і чи не були вони передані іншим особам або організаціям. До того ж, правами на твори, що будуть використані в новому творі, можуть розпоряджатися організації колективного управління правами авторів, з якими необхідно укласти відповідну угоду.

**Музика.** Особливо обережно слід поводитись із використанням музичних творів. Адже, за українським законодавством, право автора музики для аудіовізуального твору не переходить до його продюсера, кіностудії чи організації мовлення. Тож окреме (поза телепрограмою) використання музичного твору в більшості випадків потребує дозволу композитора. Таких помилок не уникають навіть досвідчені гравці аудіовізуального ринку. Так, свого часу кінокомпанія Paramount Pictures вирішила перевести кінострічки власного виробництва у формат відео. Автор пісні з цього кінофільму одразу звернувся до суду, вимагаючи компенсації за незаконне використання його композиції в новому типі твору. Тож компанії довелося виплачувати композиторові чималу



компенсацію [6]. Інколи автори аудіо-візуальних творів при виборі музичних уривків для своїх творів керуються «добрими намірами» та дружніми стосунками. Цікавою є історія використання славетної прелюдії С. Рахманінова «До-дієз мінор» у мультфільмі про Міккі Мауса. Цей популярний мультиплікаційний герой в одній із серій постає в образі концертного піаніста й виконує відому прелюдію російського композитора. Виявляється, вибір на користь саме цього музичного твору був зроблений компанією В. Діснея не випадково. Під час свого турне по США композитор познайомився з В. Діснеєм. Вони швидко потоваришували. Оскільки успіхом своїх гастролей С. Рахманінов багато в чому був зобов'язаний саме прелюдії «До-дієз мінор», що змогла назавжди вразити серця американських слухачів, мультиплікатор згодом обрав цей твір для використання у своєму мультфільмі.

Практика використання музичних творів (повністю або частково) є дуже поширеною на телебаченні. Якщо в спеціалізованих музичних телепередачах або під час трансляції концертних програм авторів і композиторів, здебільшого, зазначають у титрах, то в інших випадках авторів використаних музичних фрагментів згадують дуже рідко. Особливо це стосується телевізійних сюжетів. Музичні твори тут використовуються як супровід, а музика виконує, так би мовити, другорядну функцію. Однак це аж ніяк не зменшує обсягу прав її композитора. Режисери телепроектів, переважно, самостійно обирають музичні фрагменти, що їм сподобалися, не замислюючись про існування автора та необхідність отримання в нього дозволу на таке використання.

Прикладом може стати судовий позов автора музики до відомої пісні «Темна ніч» з приводу незаконного використання в телепередачах з циклу «Маски-шоу» фрагментів цього твору.

Композитор через Російське авторське товариство звернувся до суду з вимогою стягнути з порушника ТО «Маски» грошову компенсацію за завдані збитки. Особливу увагу в справі було приділено саме порушенню немайнових прав автора, адже в титрах не було зазначено автора музики [7].

Чи не найбільше страждають музиканти від порушень їхніх прав у царині реклами. Свого часу широкого розголосу в українській пресі набув факт використання телеканалом «Інтер» у рекламному ролику музики з пісні О. Пахмутової та М. Добронравова «Команда молодості нашої» без дозволу авторів і без виплати їм винагороди. Автори звернулися до каналу з проханням припинити використання їхнього твору, конфлікт був урегульований мирно.

Інша резонансна справа, що не обмежилася досудовим розбиранням, також пов'язана з неправомірним використанням уривку музичного твору. Популярний вітчизняний гурт «Воплі Відоплясова» («ВВ») звернувся до суду з приводу порушення його авторського права, а саме — використання без дозволу авторів у рекламному ролику пива «Рогань» популярного хіта гурту — «Весна». Жодна з організацій, причетних до виготовлення й трансляції цієї реклами, навіть не повідомила «ВВ» про намір використати їхню музику. Всі прохання гурту припинити трансляцію рекламного ролика було проігноровано, а тому вони звернулися до судового способу захисту своїх авторських прав.

**Текст.** В основу багатьох телевізійних проектів серіалів покладено вже відомі літературні твори. Адаптація такого тексту зважаючи на аудіовізуальну специфіку та написання на його основі телевізійного сценарію потребує обов'язкової згоди автора оригіналу. Автори таких похідних творів володіють авторськими правами на свої

набутки, проте творець оригіналу справедливо збирає прибутки від його експлуатації. Успішний роман може стати «золотим дном» для автора, котрий отримує винагороду за кожне використання його твору для створення сценарію, кінофільму, телесеріалу, відеогри, сіквелів, перекладів на іншу мову тощо.

Поширеною практикою є звернення продюсера аудіовізуального твору за дозволом до автора роману, на основі якого планується написати сценарій і зняти телесеріал. Результатом підписаної між ними угоди стає передання продюсерові права на використання фільму на 10–15 років і отримання автором відповідної грошової винагороди. Визначені терміни зумовлені економічно життєвим циклом фільму, що, зазвичай, становить 10 років. У разі ж, коли фільм виявився особливо успішним, продюсер повинен знову запитувати дозволу в автора літературної версії. До того ж, ціна нової угоди може значно зрости.

Необхідно також пам'ятати про немайнові права автора літературного оригіналу. Адже навіть за умови отримання дозволу від автора на екранізацію, останній може заперечувати проти «неправильного» трактування основної ідеї його твору, невідповідності акторів своїм літературним прототипам і втручання в композицію твору. Тож не зайвим буде ознайомити письменника з готовим сценарієм, кандидатами на головні ролі, з музичним супроводом майбутньої картини тощо. Для прикладу, на прохання продюсерів телесеріалу «Даша Васильєва» затверджена на роль головної героїні Л. Удовиченко змушена була особисто навідатись у гості до Дар'ї Донцової, щоб переконати її у правильності розуміння акторкою свого персонажа.

**Кадр.** Неправомірне використання уривку з аудіовізуального твору чи навіть відеокадру в телевізійній

продукції теж може стати причиною судових позовів. Хоча телеканали, здебільшого, проявляють себе як свідомі суб'єкти правовідносин, поодинокі порушення все ж трапляються. Регулярні порушення прав авторів аудіовізуальних творів можна спостерігати на телеканалах, де практикуються заставки, змонтовані з кадрів популярних художніх фільмів. Упевненість автора в наявності таких порушень зумовлюється тим фактом, що договори на використання аудіовізуальних творів телекомпаніями (ліцензійні договори), здебільшого, передбачають використання (певну кількість разів або на визначений строк) цілісного твору. Натомість, використання його частин, звичайно, не обумовлено, а отже, воно потребує окремого дозволу власника авторських прав.

Яскравим зарубіжним прикладом такого виду порушення може слугувати скандально відомий фільм М. Мура «Фаренгейт 9/11». Австралійський режисер Дж. Гіттос звинуватив М. Мура в незаконному використанні у стрічці 17-ти кадрів з його картини «Саундтрек війни», що присвячена ролі музики в житті американських солдатів в Іраку.

Під час вирішення конфліктних ситуацій у судовому порядку провідну роль відіграє мета, з якою твір або його частину було використано. Бурхливий протест правовласників спричиняє використання аудіовізуальної продукції в рекламних роликах, адже при цьому комерційна мета є очевидною. Оскільки рекламна продукція за своїм призначенням є об'єктом загальної уваги, її виробники намагаються використовувати переважно ті аудіовізуальні твори, термін охорони яких уже збіг. Помилково до цієї категорії відносять усі радянські фільми (відзняті до 25 грудня 1991 року на кіностудіях СРСР), що пояснюється законодавчою неврегульованістю статусу аудіовізуальних творів цього періоду.



**Фотографія.** Використання фотографій у телепередачах також неможливе без дозволу автора знімка та в багатьох країнах без дозволу осіб, зображених на фотографії. Так, наприклад, режисер фільму «Відредаговано» Б. де Пальма на вимогу організаторів кінопрокату стрічки змушений був внести у свій фільм корективи. Предметом суперечки стали фотографії реальних осіб, які були використані режисером у кінофільмі. Їхні обличчя на вимогу компанії Magnolia Pictures у прокатному варіанті картини були замальовані чорним маркером.

Загалом, беручись до роботи над телевізійним проектом слід ретельно проаналізувати майбутній твір за **такими критеріями:**

- *музика.* Який музичний твір (його фрагмент) використовується? Хто його автор? Кому належать майнові права на використання твору?
- *відеограма.* Уривок з якого аудіовізуального твору використовується? Хто володіє правами на публічне сповіщення цього твору?
- *фотографія.* Чи використовуються у проекті фотографії (навіть якщо вони використані як тло чи випадково потрапили в кадр)? Кому належать майнові права на використання цих фотографічних творів?
- *товарні знаки.* Чи фігурують у відеоряді товарні знаки компанії (крім проплаченої реклами)? Приміром, головний герой носить футболку з написом «Nike» або їздить на авто певної марки.

**Охорона назви телепроекту.** Одним з невід'ємних елементів телепроекту є його назва. Це своєрідний ідентифікатор твору, його обличчям. З назвою пов'язаний імідж каналу, рейтинг передачі, коло її постійних глядачів. Авторське право, на жаль не може захистити назву від елементарного її клонування. Здебільшого назви телевізійних передач, які складаються з одного-двох слів (для прикладу,

«Ранок», «Подобиці», «Кримінал», «Вікна», «Міс Україна»), не є оригінальними та не можуть отримати правову охорону. Автор назви, що складається зі звичайних слів, які широко використовуються в загальному вжитку, має право на її недоторканність, але подальше використання цієї назви іншими особами не буде порушенням авторського права.

Жоден з вітчизняних телепроектів не застрахований від його клонування чи запозичення іншими телегігантами. Здебільшого, телеканали-конкуренти перекупувають лише ведучих популярних програм. Із трішки зміненою концепцією та назвою телепроект отримує нове життя на новому каналі. Так, «Свобода слова» разом з її ведучим С. Шустером свого часу перемістилася на телеканал «Інтер», ставши «Свободою Савіка Шустера», а згодом на телеканал «Україна». Просто і водночас геніально. Адже в наведеному випадку немає не лише подібності назв, а й підходи до реалізації ідеї звичайного політичного ток-шоу різні.

Щоб запобігти таким порушенням, продюсери все частіше реєструють свої назви як товарні знаки. У такому разі використання іншими особами загальновідомих назв, які не охороняються авторським правом, може бути заборонено на підставі ст. 4 Закону України «Про захист від недоброякісної конкуренції». У разі використання подібної назви, що вводить в оману споживачів (глядачів), потерпілий може не лише відстоювати свої авторські права, а й подати позов про недобросовісну конкуренцію. ♦

**Список використаних джерел**

1. Романовский И.И. *Масс Медиа. Словарь терминов и понятий* / И.И.Романовский. — М. : Изд Союза журналистов России. — 2004. — 480 с. — С. 290.
2. Див. ст. 1 Закону України «Про внесення змін до Закону України “Про авторське право і суміжні права”» № 2627-III від 11.07.2001 року // *Голос України*. — 2001. — 16 серпня.
3. Дозорцев В. А. *Интеллектуальные права: Понятия. Система. Задачи кодификации : сборник статей* / В.А.Дозорцев/ Исслед. центр частного права. — М. : Статут, 2005. — 416 с.
4. *Интеллектуальная собственность на телевидении и радио : пособие* / Под ред. Э.П.Гаврилова, П.Круга. — М. : Центр «Право и СМИ». — 1998. — 164 С. — (Журналистика и право; Вып. 9).
5. *Постанова Кабінету Міністрів України «Про затвердження мінімальних ставок винагороди (роялті) за використання об'єктів авторського права і суміжних прав»* № 72 від 18.01.2003 року // *Офіційний вісник України*. — 2003. — № 4. — Ст. 129.
6. Луцкер А. *Авторское право в цифровых технологиях и СМИ* / А.Луцкер. — М., 2006. — С. 260.
7. Судове рішення від 22 березня 2000 року // *Архівна справа Центрального райсуду м. Одеси* № 27-09-12/00.

---

**ВИЙШЛА З ДРУКУ****Петренко С. А.****Охорона комп'ютерної програми як об'єкта інтелектуальної власності : [монографія] / Петренко С. А. — К. : НДІВ НАПрНУ, 2010. — 190 с.**

Пропонована монографія присвячена розгляду питань правової охорони комп'ютерної програми за сучасного стану розвитку інформаційних технологій її створення, а також шляхів удосконалення системи правової охорони зазначеного нетрадиційного об'єкта інтелектуальної власності. Зокрема, автором аналізується понятійний апарат та термінологічний ряд стосовно комп'ютерних програм, який використовується законодавцем не тільки в Україні, а й в інших розвинених країнах світу; досліджується можливість застосування різних режимів правової охорони об'єктів інтелектуальної власності як до комп'ютерної програми в цілому, так і до окремих її елементів. Віддзеркалені в роботі нароби як теоретичного характеру, так і за наслідками практичних досліджень, отриманими, зокрема, методами судово-експертних досліджень комп'ютерної програми надали змоги сформулювати наукові висновки та пропозиції щодо вдосконалення чинного законодавства України з питань правової охорони комп'ютерної програми, а також судово-експертної діяльності стосовно цього об'єкта інтелектуальної власності.

Для працівників сфери інтелектуальної власності, правоохоронних, судових органів, адвокатів, судових експертів, науковців, аспірантів, студентів.