

#Хэштэг – объект авторского права или средство индивидуализации?

Красникова Ксения Николаевна

Студент (бакалавр)

Московский государственный университет имени М.В.Ломоносова, Юридический факультет, Москва, Россия

E-mail: kseniya_krasnikova@mail.ru

- 1) Социальные сети прочно вошли в нашу жизнь и стали прекрасной платформой для общения и обмена информацией.
- 2) Создатели и пользователи социальных сетей стремятся упростить процесс коммуникации и сделать более удобным поиск нужной информации различными инструментами, например при помощи хэштэгов.
- 3) Хэштэг - это одно слово или фраза, написанная без пробелов в сообщении, публикуемом в социальной сети. Хэштэгу всегда предшествует особый символ - «решетка» (#).
- 4) Хэштэг позволяет искать и отбирать информацию определенной тематики, объединять сообщения, фотографии и любой другой Интернет-контент по определенному критерию, рекламировать товары и услуги и др.
- 5) Хэштэги приобрели свою популярность в социальной сети Twitter. Тем не менее, Twitter не обладает исключительными правами на хэштэг, поскольку изначально хэштэги использовались как инструмент компьютерного программирования, а в Twitter лишь приобрели популярность. Кроме того, по своей природе хэштэг - это принцип или инструмент организации материала в Сети.
- 6) Чтобы выполнять свои функции, хэштэг должен быть лаконичным и запоминающимся. К примеру, в конце февраля Кейтлин МакНил, девушка из Шотландии, опубликовала в социальной сети Tumblr фотографию загадочного платья, расколовшую мировое сообщество на «сине-черную» и «бело-золотую» половины. Пользователи различных социальных сетей начали массово публиковать данное фото на своих страницах под хэштэгами #TheDress, #WhatColourIsTheDress и др. с целью узнать, в каком же цвете видится наряд их друзьям и знакомым.
- 7) Тем не менее, хэштэг не может признаваться объектом авторского права в силу объективных причин.
- 8) Безусловно, при создании хэштэга автор затрачивает определенные интеллектуальные усилия. Но признать авторское право на хэштэг равносильно признанию авторского права на одно слово. Защитить такое право не представляется возможным. Сама сущность хэштэга предполагает его повсеместное использование.
- 9) Кроме того, согласно п. 5 ст. 1259 Гражданского кодекса Российской Федерации, авторские права не распространяются на идеи, концепции, принципы, методы, процессы, системы, способы, решения технических, организационных или иных задач, открытия, факты, языки программирования.
- 10) Тем не менее, хэштэг может стать новым средством индивидуализации.
- 11) Сегодня хэштэги регистрируются в качестве товарного знака. Например, предприниматель Тимур Юнусов, больше известный как певец Тимати, зарегистрировал хэштэг «#Давайдосвиданья» в качестве товарного знака. При регистрации соответствующего товарного знака необходимо соблюдать требования, предусмотренные федеральным законодательством.

- 12) Хэштэги являются проводниками к искомой информации. Зачастую их использование является неправомерным. Так, злоумышленники в социальных сетях используют популярны хэштэги для распространения спама.
- 13) Хэштэг, представляющий собой, например, известный, бренд, может быть использован для распространения ложных сведений о компании. Другими словами, хэштэг может быть формой недобросовестной конкуренции в понимании Федерального закона от 26.07.2006 №135-ФЗ "О защите конкуренции". Представляется, что для защиты предпринимателям необходимо предоставить возможности регистрации хэштэгов, по аналогии с доменными именами.
- 14) Здесь встает проблема разграничения понятий «хэштэг», «доменное имя», «товарный знак». В современном законодательстве РФ не урегулированы должным образом правовые режимы первых двух объектов, а также соотношение данных объектов. На помощь правоприменителю приходит практика ЕСПЧ.
- 15) Таким образом, сегодня хэштэг приобрел колоссальное значение в Сети, поэтому необходимо законодательное урегулирование отношений по его использованию во избежание правонарушений.

Источники и литература

- 1) Reto M. Hilty, Sylvie Nérisson. Balancing Copyright – A Survey of National Approaches, Springer, 2012.
- 2) Tina Hart, Linda Fazzani, Simon Clark. Intellectual Property Law, Palgrave Macmillan, 5th edition, 2009.
- 3) Ruth Carter. Can You Trademark a Hashtag? // URL: <http://carterlawaz.com/2013/11/can-you-trademark-a-hashtag/> - режим свободного доступа.
- 4) Близнец И. А., Леонтьев К. Б. Авторское право и смежные права: учебник под ред. И. А. Близнеца. Проспект, 2010.
- 5) Войниканис Е.А. Право интеллектуальной собственности в цифровую эпоху: парадигма баланса и гибкости. М.: Юриспруденция, 2013
- 6) Малахова Е. Что такое хэштэг и как им пользоваться? // URL: <http://www.aif.ru/dontknows/1235857> - режим свободного доступа