

Бойко Е. А.

АККАУНТ КАК ВИРТУАЛЬНОЕ ИМУЩЕСТВО: ЗА ИЛИ ПРОТИВ?

Бойко Екатерина Анатольевна, студентка 4 курса Белорусского государственного университета, г. Минск, Беларусь, law.boykoEA3@bsu.by

Научный руководитель: канд. юрид. наук, доцент Свадковская Е. А.

Под *аккаунтом* понимается учетная запись пользователя, создаваемая в момент регистрации в некотором виртуальном пространстве (социальной сети, онлайн-игре), предоставляющая право пользования сетью посредством логина и пароля. Проанализируем правовую природу аккаунта на предмет оснований для признания его проявлением виртуального имущества.

Сложность в определении объектов, охватываемых понятием виртуального имущества, заключается в том, что опираться можно лишь на его примерные признаки: нематериальный характер и экономическую ценность. Так, М. А. Рожкова, обсуждая систему виртуального имущества, к игровому имуществу и виртуальному имуществу в социальных сетях относит в том числе и аккаунты пользователей.

На данный момент отношения между пользователем и владельцем виртуального пространства, в том числе по поводу аккаунта, оформляются пользовательским соглашением, объединяющим в себе элементы лицензионного договора и договора оказания услуг. В доктрине озвучивается вывод о характеристике обсуждаемых правоотношений как обязательственных. Вследствие предоставления лицензиату права пользоваться рядом объектов интеллектуальной собственности лицензиара, а также установления некоторых дополнительных ограничений в части порядка использования учетной записи, указывается на связь правоотношений с обязательственными и исключительными правами. Далее следует определиться, обладает ли пользователь аккаунта имущественными правами на него. На первый взгляд, аккаунт определенно обладает экономической ценностью: в частности, онлайн-игроки, не желающие тратить большое количество сил и времени на развитие персонажа, прибегают к покупке аккаунта с уже накопленными виртуальными «активами» (не все многопользовательские онлайн-игры допускают оборот виртуального имущества между игроками внутри самого игрового пространства или на внешних торговых площадках). Но в рассматриваемом случае коммерческая ценность аккаунта состоит лишь в том виртуальном имуществе, которое пользователь данного аккаунта каким-либо образом приобрел.

В качестве контраргумента логично привести пример аккаунтов с большим количеством подписчиков, экономическая ценность которых заключается, в частности, в возможности размещения рекламы. В то же время популярность таких аккаунтов тесно связана с деловой репутацией человека или организации, определяющих содержание профиля аккаунта, а зачастую – и с личной репутацией публичной персоны. Очевидно, что при передаче такого аккаунта его экономическая ценность мгновенно начнет падать. Более того, отчуждение учетной записи представляется еще более затруднительным

вследствие уже упомянутой тесной связи с целым рядом нематериальных благ, которые по своей сути и в силу законодательства непередаваемы.

Так, мы приходим к выводу, что собственной экономической ценностью аккаунт не обладает, следовательно, нет оснований устанавливать имущественные права на доступ к аккаунту. Правовая природа рассматриваемых отношений содержит в себе некоторую публично-правовую составляющую. Каково же в таком случае место обсуждаемого права в системе прав?

Встречается мнение об отнесении аккаунтов к объектам интеллектуальной собственности, а также о признании за лицензиатом учетной записи прав на результаты интеллектуальной деятельности. В таких работах не учитывается различие понятий «аккаунт» и «профиль аккаунта», под которым понимается раздел социальной сети, содержащий часть информации, размещенной в аккаунте, доступный для ознакомления другим лицензиатам. Так, содержание профиля, например, фотографии и тексты, уже включены в соответствующую систему объектов прав на результаты интеллектуальной деятельности, а в качестве новых объектов интеллектуальной собственности можно рассмотреть лишь способ организации информации, описание профиля, а также по аналогии и внешний вид аватара в онлайн-играх (если игра технически допускает творческое участие пользователя).

Таким образом, аккаунт пользователя нельзя полноценно признать ни виртуальным имуществом, ни результатом интеллектуальной деятельности. Анализ правовой природы учетной записи демонстрирует неоднородность данного явления: во-первых, необходимо учитывать относительный и обязательственный характер отношений между лицензиаром и лицензиатом; во-вторых, профиль как неотделимый элемент аккаунта может рассматриваться как объект интеллектуальной собственности; в-третьих, аккаунт, особенно в социальной сети, включает в себя личные (персональные) данные, деловую репутацию, и по своей сути является персонификацией человека или организации в виртуальном пространстве. Подобная комплексность аккаунта свидетельствует о необходимости дальнейшего подробного доктринального анализа для целей взвешенного нормативного регулирования.

Топорова М. С., Голиков М. С.
ЗАЩИТА ИНТЕЛЛЕКТУАЛЬНЫХ ПРАВ
В ЭПОХУ САНКЦИЙ ПРОТИВ РОССИИ

*Топорова Марина Сергеевна, Голиков Михаил Сергеевич студенты 1 курса
Марийского государственного университета, г. Йошкар-Ола, Республика
Марий Эл, marina.toporova.1110@gmail.com, mihail.SG@yandex.ru*

Научный руководитель: канд. юрид. наук, доцент Мокосеева М. А.

В Российской Федерации в содержание интеллектуальных прав включаются исключительное имущественное право, а также в предусмотренных законом случаях личные неимущественные права (ст. 1226