

также может существовать в письменной форме, в форме видео-, звукозаписи). Театрально-зрелищная постановка является произведением сценического, зрелищного искусства.

В связи с этим считаем необходимым исключить из п. 1 ст. 22 Закона слова «постановки режиссеров-постановщиков спектаклей», т. е. исключить театрально-зрелищные постановки из числа объектов смежных прав, и дополнить п. 1 ст. 993 ГК и п. 5 ст. 6 Закона, указав театрально-зрелищную постановку в качестве самостоятельного объекта авторского права.

Предлагаем дополнить Закон отдельной статьей, раскрывающей правовой статус театрально-зрелищной постановки:

«Статья 12¹. Авторское право на театрально-зрелищную постановку

1. Авторами театрально-зрелищной постановки являются режиссер-постановщик, автор сценария, автор хореографического произведения, автор музыкального произведения, специально созданного для включения в театрально-зрелищную постановку.

2. Театрально-зрелищная постановка является сложным произведением и включает в себя несколько объектов авторского права и смежных прав.

Авторы произведений и обладатели смежных прав на объекты, которые существовали ранее и были включены в состав театрально-зрелищной постановки, сохраняют права на свои произведения (объекты смежных прав) и могут использовать их отдельно от театрально-зрелищной постановки».

НОВЕЛЛЫ ПРАВОВОГО РЕГУЛИРОВАНИЯ ПРЕДМЕТА ДОГОВОРА ФРАНЧАЙЗИНГА

И. С. Сивуха, Белорусский государственный университет

В соответствии со ст. 910 Гражданского кодекса Республики Беларусь (далее – ГК) предмет договора франчайзинга определяется как лицензионный комплекс, включающий право использования фирменного наименования правообладателя, других объектов интеллектуальной собственности, предусмотренных договором франчайзинга, а также нераскрытой информации в предпринимательской деятельности пользователя.

Необходимо отметить, что предмет договора франчайзинга претерпел изменение с принятием Закона Республики Беларусь от 05.01.2013 г. «О коммерческой тайне» (далее – Закон).

С принятием Закона предмет договора франчайзинга уже не является объектом исключительных прав и фактически включает в себя право использования: фирменного наименования; иных объектов интеллектуальной собственности, предусмотренных договором франчайзинга; нерас-

крытой информации (коммерческой или служебной тайны). Также с момента вступления в силу данного Закона нераскрытая информация, входящая в лицензионный комплекс, не рассматривается больше как объект исключительных прав, а секреты производства (ноу-хау) начинают рассматриваться не в качестве разновидности нераскрытой информации, а как самостоятельный объект интеллектуальной собственности (однако, они не являются объектом исключительных прав). Секреты производства входят в предмет договора франчайзинга, но уже как составляющая коммерческой тайны.

Закон «О коммерческой тайне» изменяет понятие нераскрытой информации. Если раньше она определялась как техническая, организационная или коммерческая информация, в том числе секреты производства (ноу-хау), не известная третьим лицам, то теперь нераскрытая информация полностью соотносится с коммерческой или служебной тайной. Законодатель также уже не относит ее к объекту права интеллектуальной или промышленной собственности.

Закон определяет коммерческую тайну как сведения любого характера (технического, производственного, организационного, коммерческого, финансового и иного), в том числе секреты производства (ноу-хау), соответствующие требованиям Закона «О коммерческой тайне», в отношении которых установлен режим коммерческой тайны. То есть фактически законодатель лишь дополняет определение нераскрытой информации, действовавшее ранее. Однако важным является тот факт, что необходимым составляющим коммерческой тайны становятся действия, направленные на обеспечение ее конфиденциальности, т. е. законодатель наделяет коммерческую информацию активной составляющей.

Таким образом, Закон, опосредованно, через изменение понятия и составляющих коммерческой тайны, изменяет и предмет договора франчайзинга. Фактически Закон не позволяет однозначно определить, являются ли нераскрытая информация и коммерческая тайна тождественными или разнородными понятиями. Нераскрытая информация подразумевает статические отношения, т. е. особого рода сведения, а коммерческая тайна – динамические, т. е. для данных сведений существует определенный режим, который устанавливается путем применения определенных мер (действий).

Такая неоднозначность Закона может привести к неопределенности с предметом договора франчайзинга. В частности, если нераскрытую информацию отождествлять с коммерческой тайной, то становится обязательным использование во франчайзинговых правоотношениях Закона «О коммерческой тайне».