

## **Мода как результат интеллектуальной деятельности**

**Малышева Дарья Сергеевна**

Финансовый университет, Москва, Россия

*E-mail: malysheva\_ds@mail.ru*

Явление моды не одно десятилетие исследуется в рамках таких дисциплин как философия, психология, культуроведение, искусствоведение. Результаты этих современных исследований освещены в частности в работах Грусман М.В.[1], Бартош Е.В.[2].

С философской позиции Л.Н.Толстой определил моду как «именно то, что отделяет богатых от бедных»[3]. С.И.Ожегов определяет моду с социальных позиций «как совокупность привычек и вкусов, господствующих в определенной общественной среде в определенное время»[4]

Все исследователи приходят к выводу, что мода представляет собой сложный и многогранный феномен и должна изучаться в рамках междисциплинарных подходов.

Целью моего исследования является рассмотрение моды с позиции права как совокупности объектов интеллектуальной собственности, которые, с одной стороны, являются нематериальными объектами, а, с другой стороны, их охрана и защита обеспечивают правообладателю монопольное право на использование.

Компании, занимающиеся производством и продажей модной продукции, представляют собой гигантскую индустрию, дающую многомиллиардные доходы, но требующую крупных инвестиций. Бартош Е.В. отмечает, что с начала 2000 годов индустрия моды занимает 5-е место среди наиболее капиталоемких отраслей экономики.

Согласно другого источника[5] к 2012 году в США оборот в индустрии моды составил более 400 миллиардов долларов.

На сегодня в России индустрия моды не так широко развита как в США и Евросоюзе, но в период глобализации и интеграции государств в единое экономическое пространство, проблема охраны и защиты объектов интеллектуальной собственности является весьма актуальной.

В России правовая охрана объектов интеллектуальной собственности осуществляется частью 4 Гражданского кодекса Российской Федерации (ГК РФ) «Права на результаты интеллектуальной деятельности и средства индивидуализации». Статья 1225 ГК РФ содержит исчерпывающий перечень охраняемых результатов интеллектуальной деятельности и средств индивидуализации (объектов интеллектуальной собственности), которые являются нематериальными объектами. Данный перечень полностью соответствует нормам Всемирной Организации Интеллектуальной собственности (ВОИС).

Исходя из перечня, приведенного в статье 1225 ГК РФ, моду можно рассматривать в рамках авторского права как искусство и в рамках патентного права как промышленный образец, если производство модной одежды превращается из единичного, мелкосерийного производства в массовое производство - индустрию моды. И в первом и во втором случае это результат творческой деятельности дизайнеров и модельеров, который выражается в создании новых моделей одежды, обуви, фурнитуры, аксессуаров, новых тканей и образов. И, наконец, как средство индивидуализации - товарный знак, который выполняет функцию рекламы и гаранта качества изделия.

На результаты интеллектуальной деятельности и средства индивидуализации возникают интеллектуальные права (ст. 1226 ГК РФ), которые включают: исключительные права,

которые относятся к категории имущественных прав, но имеют ограниченный срок, в отличие от имущественных прав на материальные объекты; личные неимущественные права и права «иные», которые действуют в отношении произведений изобразительного искусства и архитектуры (ст. 1262 и 1263 ГК РФ)

Исключительное право означает, что никто не вправе без разрешения автора или иного правообладателя, например, наследника использовать охраняемый результат творческой деятельности. Применительно к данной теме исключительные права на тиражирование своих моделей возникает у дизайнеров.

По механизму возникновения исключительных прав, объекты интеллектуальной собственности подразделяются на три основных института: авторское право (произведения науки, литературы и искусства); патентное право (изобретения, полезные модели, промышленные образцы); права на средства индивидуализации товаров, работ и услуг (фирменные наименования, товарные знаки, наименования места происхождения товара, коммерческое обозначение).

В данном исследовании, говоря о моде, я ограничусь моделями одежды.

Понятие «мода» часто ассоциируется с выражением «от кутюр», которое произошло от французского - haute couture «высокое шитье». [6] Изделия «от кутюр» это авторские эксклюзивные модели, выполненные в единичном экземпляре, часто по заказу клиента. Если в середине XX века, количество клиенток, заказывающих авторские модели составляло во всем мире примерно 15 тысяч, то в начале XXI века их число упало до 2 тысяч.

1960-1980гг стали эпохой знаменитых парижских кутюрье: Коко Шанель, Кристиана Диора, Ива Сен Лорана. Сегодня эксклюзивные авторские изделия таких домов моды, например, как Шанель или Кристиан Диор создаются не с целью продажи коллекции, а с целью раскручивания товарного знака, который является их средством индивидуализации.

Во второй половине XX века мода разделилась на два уровня: «от кутюр» и «прет-а-порте» - массовое производство для среднего класса. В настоящее время широко используется понятие «индустрия моды».

Вновь обратимся к Словарю С.И.Ожегова, в котором «индустрия» определяется как «фабрично-заводская промышленность с машинной техникой»[7].

В 1980х годах за выпуск модели одежды для серийного производства Вячеслав Михайлович Зайцев начал восприниматься на Западе как лидер советской моды, его высокий авторитет выразился в присвоенном ему в западной прессе имени «Красный Диор», которое подчеркивало органическую связь уникального искусства модельера с лучшими традициями мировой моды. В 1974 г. чехословацкий журнал «Кветы» в «Обзоре моды за 100 лет» в галерее портретов выдающихся художников моды мира (Фредерик Ворт, Поль Пуаре, Габриэль Шанель, Кристиан Диор) рядом с именем Диора назвал имя Вячеслава Зайцева.

Вплоть до конца XX века европейская мода доминировала во всем мире. Глобализация привела к проникновению в индустрию моды влияния восточной культуры, например, всемирно известный кутюрье японец Кензо Токада.

Кейт Мосс, одна из самых состоятельных моделей мира, активно сотрудничая с дизайнерами, разрабатывая свою линию TopShop, просто копировала свой собственный гардероб, состоящий из моделей высокой моды.

Быстрая реакция производителей, копирующих высокую моду заставляет дизайнеров еще быстрее создавать свои модели. Отсутствие охраны результата творческой деятель-

ности дизайнера в этом случае является проблемным моментом. В отношении дизайна наиболее приемлемой формой охраны является охрана его патентом в качестве промышленного образца.

В качестве промышленного образца, в соответствии с п. 1 ст. 1352 ГК РФ, охраняется художественно-конструкторское решение изделия промышленного или кустарно-ремесленного производства, определяющее его внешний вид. Промышленному образцу предоставляется правовая охрана, если он является новым и оригинальным.

Назначение патента на промышленный образец — обеспечить охрану прав законных владельцев художественно-конструкторских решений от несанкционированного использования/копирования другими лицами. Но очень часто затраты времени на регистрацию промышленного образца делают ее бессмысленной, так как время жизни модели может создавать полгода и даже менее. При этом известно, что испанский производитель бизнес-моделей Zaga сократил технологический цикл до 30 дней

Таким образом, в модельном бизнесе существует три способа охраны результатов творческой деятельности: авторским правом охраняются единичные эксклюзивные модели; модели, выпускаемые серийно (индустрия моды) могут охраняться патентом через промышленный образец и самым оптимальным средством охраны является товарный знак - средство индивидуализации товаров, работ и услуг, хотя не единичны случаи его подделки, что носит название «контрафакция». Грамотное правовое регулирование объектов интеллектуальной собственности в модельном бизнесе поддерживает определенный баланс интересов дизайнеров и конечных потребителей продукции, что имеет большое значение как в правовом, так и в экономическом плане, поскольку индустрия моды является очень значимой в финансовом плане.

[1] Грусман М.В. Мода как феномен культуры и средство социокультурной коммуникации: Автореф.дис.канд. культурологии.- Санкт-Петербург, 2010.

[2] Бартош Е.В. Управление интеллектуальной собственностью в индустрии моды: Автореф.дис.канд.экономических наук.- М,2011

[3] Толстой Л.Н. Так что же нам делать?- М.: Либроком, 2010.-С.79

[4] Ожегов С.И. Словарь русского языка /Под ред. Н.Ю. Шведовой.-М.:Рус.яз., 1986.- С.306

[5] Сайт интеллектуальная собственность в мире моды // <http://www.creativeindustries.ru/rus/>

[6] Бартош Е.В. Управление интеллектуальной собственностью в индустрии моды: Автореф.дис.канд.экономических наук.- М,2011

[7] Ожегов С.И. Словарь русского языка /Под ред. Н.Ю. Шведовой.-М.:Рус.яз., 1986.- С.214

### **Источники и литература**

- 1) Гражданский кодекс Российской Федерации (часть четвертая) от 18 декабря 2006 г. №230-ФЗ (ред. от 1.10.14) // СЗ РФ.2006,№52 (1ч.), ст.5490
- 2) Гаврилов Э.П. Комментарий к главам 70, 72, 76 части четвертой Гражданского кодекса РФ. М.: Экзамен, 2008.
- 3) Бартош Е.В. Управление интеллектуальной собственностью в индустрии моды: Автореф.дис.канд.экономических наук.- М., 2011

- 4) Грусман М.В. Мода как феномен культуры и средство социокультурной коммуникации: Автореф. дис. канд. культурологии.- Санкт-Петербург, 2010.
- 5) эл. Ресурс Интеллектуальная собственность в мире моды. Creative Industries Agency  
[//http://www.creativeindustries.ru/rus/publications/25](http://www.creativeindustries.ru/rus/publications/25)

**Слова благодарности**

Научный руководитель: к.э.н., доц. Карамова О.В.