

DOI: 10.18572/1999-4788-2021-1-75-78

Реклама как объект авторского права

Певзнер Виктор Александрович,

выпускник бакалавриата Юридического факультета

Московского государственного университета (МГУ) имени М.В. Ломоносова

pevzner1944@mail.ru

Современное российское законодательство и судебная практика наделяют рекламу и ее составные части статусом объекта авторского права. Автором ставится под сомнение однозначность такого подхода, а также приводится ряд аргументов в пользу введения более дифференцирующего метода для предоставления той или иной рекламной продукции авторско-правовой защиты.

Ключевые слова: авторское право, реклама, критерий делимости, концептуальная делимость, Роберт Деникола.

Advertising as a Copyright Object

Pevzner Viktor A.

Bachelor of the Law Faculty of the Lomonosov Moscow State University (MSU)

The modern Russian legislation and case law acknowledge advertisements and their inherent parts as objects of copyright law. The author expresses doubts towards the unambiguousness of this approach. Moreover, a number of arguments supporting the introduction of a more differentiating method for granting some of adverts the copyright protection are being suggested.

Keywords: copyright, advertisement, separability requirement, conceptual separability, Robert Denicola.