



УДК 347.121.1

DOI: 10.24412/2076-9113-2024-456-87-98

Р. Р. Аббуд

Российская академия народного хозяйства и государственной службы
при Президенте Российской Федерации,
Москва, Российская Федерация,
abbud.raul@yandex.ru

К ВОПРОСУ О ГЕНЕЗИСЕ ПРАВА ЧЕЛОВЕКА НА ОБРАЗ

Аннотация. Статья посвящена актуальной проблеме становления и развития права человека на образ как нового права для России в эпоху бурной цифровизации. Цель исследования — обосновать необходимость внедрения права человека на образ в российское право на основе анализа истории схожей концепции the right of publicity из права США. В статье проанализированы нормы действующего гражданского права России, регулирующие защиту нематериальных благ, доктрина и судебная практика США. Выявлена проблематика в данном вопросе, предложено совершенствование законодательства о нематериальных благах. Сделан вывод, что концепция из права США может послужить прообразом права человека на образ для российской доктрины и законодательства с учетом особенностей отечественного права.

Ключевые слова: право человека на образ; the right of publicity; право на публичность; генезис; нематериальные блага; гражданское право.

UDC 347.121.1

DOI: 10.24412/2076-9113-2024-456-87-98

R. R. Abbud

The Russian Presidential Academy of National Economy
and Public Administration,
Moscow, Russian Federation,
abbud.raul@yandex.ru

**ON THE QUESTION OF THE GENESIS
OF THE HUMAN RIGHT TO AN IMAGE**

Abstract. The article is devoted to the urgent problem of the formation and development of the human right to an image as a new right for Russia in the era of rapid digitalization. The purpose of the study is to substantiate the need to introduce the human right to an image into Russian law based on an analysis of the history of a similar concept of «right of publicity» from US law. The article analyzes the norms of the current civil law of Russia governing the protection of intangible benefits, the doctrine and judicial practice of the United States. The problematic questions in this issue have been identified, and improvement of legislation on intangible benefits has been proposed. It is concluded that the concept from US law can serve as a prototype of the human right to an image for Russian doctrine and legislation, considering the peculiarities of Russian law.

Keywords: the human right to an image; the right of publicity; genesis; intangible benefits; civil law.

Введение

В российском гражданском законодательстве нашли свою защиту нематериальные блага человека. Этому вопросу посвящена гл. 8 Гражданского кодекса Российской Федерации (далее — ГК РФ). В частности, в ст. 150 ГК РФ закреплён открытый перечень нематериальных благ, в числе которых жизнь и здоровье, достоинство личности, честь и доброе имя, деловая репутация, имя гражданина и иные нематериальные блага¹.

Предназначение права на образ заключается в защите нематериальных благ человека от третьих лиц. Это новое право для российской доктрины, которое не имеет законодательного признания. В отечественной юридической литературе схожую проблематику затрагивали М. Н. Малеина, А. С. Мограбян, А. А. Галлямова, В. О. Пучков, А. Г. Матвеев и Е. Ю. Мартьянова. Так, М. Н. Малеина писала о правах, обеспечивающих индивидуализацию личности, в числе которых приводила: право на имя, право на индивидуальный облик (вид) и голос, право на честь, достоинство, деловую репутацию [2, с. 190–234]. А. С. Мограбян предлагала включить в гл. 8 ГК РФ статью, регулирующую

¹ Гражданский кодекс Российской Федерации. URL: https://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_5142 (дата обращения: 10.06.2024).

право на неприкосновенность внешнего облика физического лица [4, с. 105]. А. А. Галлямова и В. О. Пучков рассмотрели проблемы цифрового образа человека [1, 5]. А. Г. Матвеев и Е. Ю. Мартыанова рассматривали проблему гражданско-правовой охраны голоса человека при его синтезе искусственным интеллектом и предлагали соответствующие изменения в гражданское законодательство [3, с. 130].

Право человека на образ только начинает свой долгий путь развития и становления в России, поэтому автором предлагается обратить внимание на историю схожей правовой концепции из права США. Эта концепция в законодательстве и общем праве США известна как *the right of publicity* (далее — право на публичность).

Основное исследование

Начиная со второй половины XIX века в США в связи с бурным развитием производства и распространением печатной продукции, в том числе и фотографий, стали раздаваться призывы к праву контролировать свои изображения, особенно фотографии, которые были сделаны с разрешения или без него.

В 1869 году журнал *America Law Register* опубликовал статью, в которой выступал за создание основания для иска, направленного на предотвращение продажи изображения человека без его разрешения. Автор статьи утверждал, что люди обладают «естественным авторским правом» на свои собственные особенности и это право дает им возможность запрещать другим использовать их изображения без согласия². В 1884 году в статье, опубликованной в журнале *Washington Law Reporter*, прослеживалась мысль о признании «права на портрет», для того чтобы обеспечить контроль степени публичности о себе, и в частности контроль использования фотографий [10, с. 293]. Газета *The New York Times* в 1902 году призывала к праву на неприкосновенность частной жизни в такой степени, которая бы ограничивала публикации газетных изображений президента и известных предпринимателей [10, с. 293].

В американской доктрине отмечается, что основным историческим предшественником права на публичность является право на неприкосновенность частной жизни [6, с. 186]. С. Д. Уоррен и Л. Д. Брандейс впервые представили концепцию права на неприкосновенность частной жизни в своей знаменитой и влиятельной юридической статье в журнале *Harvard Law Review* в 1890 году «Право на неприкосновенность частной жизни», в которой обсуждалось «право человека на то, чтобы его оставили в покое», или *the right to be let alone* [11]. В течение следующих семидесяти лет право на неприкосновенность частной жизни стало охватывать четыре деликта, которые сформулировал У. Л. Проссер:

² URL: https://scholarship.law.upenn.edu/cgi/viewcontent.cgi?article=2312&context=penn_law_review

необоснованное вторжение в уединение истца; публичное раскрытие частных фактов истца; публичность, которая выставляет истца в ложном свете общественности и присвоение в интересах ответчика имени или сходства истца [12, с. 389]. Современное право на публичность выросло из деликта Проссера о присвоении [6, с. 186].

подавляющее большинство американских комментаторов считают, что именно в 1953 году в решении Апелляционного суда второго округа США в деле *Haelan Labs., Inc. v. Topps Chewing Gum, Inc.*³ (далее — Хэлан) судья Дж. Фрэнк ввел в обиход термин «право на публичность».

Дело Хэлан 1953 года заключалось в том, что известные бейсболисты продавали права на свои изображения двум конкурирующим компаниям по производству жевательной резинки. Право на неприкосновенность частной жизни, являющееся личным правом и не подлежащее передаче, не допускало бы каких-либо претензий со стороны игроков. По-видимому, именно поэтому суд признал, что имидж знаменитостей имеет ценность, следовательно, их интересы при рекламе продукции должны быть защищены. Судья Дж. Фрэнк предположил, что право, защищающее имидж знаменитости, можно назвать правом на публичность. Он настаивал на очевидности того факта, что многие выдающиеся личности, например актеры или бейсболисты, чувствовали бы себя крайне обделенными, если бы они больше не получали прибыль за рекламу с их участием.

Таким образом, в ходе вышеуказанного знакового дела и в дополнение к праву на неприкосновенность частной жизни возникло новое независимое право — право на публичность.

Право на публичность предоставляло индивиду контроль над коммерческим использованием его личности и, следовательно, право на подачу иска против незаконного присвоения его образа. Появилось четкое различие между личным правом на то, чтобы быть оставленным в покое, и правом человека контролировать использование своей личности в коммерции. Право на неприкосновенность частной жизни защищает достоинство и душевный покой человека, не позволяет посторонним лицам вторгаться в личную жизнь других людей и компенсирует ущерб, нанесенный чувствам, то есть моральный вред. Напротив, право на публичность по своей природе подобно собственности. Оно служит коммерческому, а не моральному интересу, при этом ущерб оценивается в первую очередь с точки зрения материального вреда.

Спустя год после дела, касающегося бейсболистов, в 1954 году, знаменитый американский юрист М. Ниммер написал основополагающую статью «Право на публичность», после которой это право, ныне признанное ценным экономическим правом в США, дальше расширилось, охватывая любой аспект личности, который знаменитость может продать.

³ *Haelan Labs., Inc. v. Topps Chewing Gum, Inc.*, 202 F.2d 866 (2d Cir. 1953). URL: <https://law.justia.com/cases/federal/appellate-courts/F2/202/866/216744> (дата обращения: 05.06.2024).

В статье Ниммера подчеркивалась неадекватность существующих правовых теорий для защиты коммерческих интересов знаменитостей, связанных с их личными данными. И в качестве решения предлагалось признание независимого права на публичность [7].

Однако есть и совсем противоположный взгляд на историю зарождения и развития права на публичность.

Так, например, Дж. Ротман считает, что право на неприкосновенность частной жизни с самого начала выполняло большую часть того, что мы сегодня считаем работой права на публичность [6, с. 278]. Еще до существования права контролировать публичность о себе общественные деятели могли защищать себя от экономического вреда. По ее мнению, большая часть общепринятого понимания этого права неточна. Как было сказано ранее, судья в вышеупомянутом деле и многие ученые описывали право на публичность и право на неприкосновенность частной жизни как противоположности. Но, по мнению Дж. Ротман, эти два права гораздо более похожи и взаимосвязаны, чем принято считать. Они начинались как одно и то же. Право на неприкосновенность частной жизни было первоначальным правом на публичность и было прямо призвано как право прекратить необоснованную публичность о себе и компенсировать как моральный, так и материальный вред [6, с. 279].

Вышеперечисленные комментаторы и Дж. Ротман сходились во мнениях в том, что право на неприкосновенность частной жизни по своей природе не могло быть передано, унаследовано, так как это право является неотчуждаемым правом конкретного человека, в отличие от права на публичность.

Право на неприкосновенность частной жизни изначально было правом на публичность. С середины XIX века в США право на прикосновенность частной жизни было непосредственно закреплено в деликтном праве и, прежде всего, сосредоточено на обеспечении контроля за правомерным использованием своей личной информации, например своего имени и сходства.

В 1929 году Дж. Рэглэнд — младший написал в журнале *Kentucky Law Journal*, что типичными делами о праве на прикосновенность частной жизни были дела о рекламе с картинками [11, с. 102]. Затем, спустя несколько лет, в 1932 году Л. Грин также подчеркнул, что наиболее частые дела о неприкосновенности частной жизни затрагивали присвоение чей-либо идентичности, в том числе несанкционированное использование имени, фотографии или сходства [6, с. 289].

По прошествии определенного периода времени среди судов и ученых устоялось правопонимание вышеуказанного права как права контролировать степень своей публичности, включая право прекращения и право на компенсацию за несанкционированное использование своего имени и сходства третьими лицами.

Многие из первых случаев нарушения неприкосновенности частной жизни были связаны с использованием изображений людей на различного рода

товарах и в самой рекламе. С точки зрения Дж. Ротман, именно аналогичные ранние дела, а не прецеденты вторжения в личное пространство человека или публикации сведений о его частной жизни, сыграли основополагающую роль в создании права на неприкосновенность частной жизни [6, с. 289].

В деле *Roberson v. Rochester Folding Box Co* 1902 года фотография молодой женщины Эбигейл Роберсон была использована без ее разрешения в рекламе муки⁴. Роберсон добровольно позировала для фотографа, однако не давала согласия на использование ее фотографии в рекламных целях. Суд отклонил иск Роберсон, сославшись на то, что, в соответствии с общим правом штата, не существует права на неприкосновенность частной жизни, которое могло бы обеспечить ей защиту. Такое решение суда вызвало сильный общественный резонанс, что привело к принятию в 1903 году одного из первых в США законов о неприкосновенности частной жизни⁵. Закон запрещал использование без письменного согласия имени, сходства, фотографии или портрета живого человека в рекламных целях. Сегодня этот закон уже защищает и голос человека. Дж. Ротман считает, что законы о праве на неприкосновенность частной жизни с самого начала выполняли ту же работу, что и законы о праве на публичность сегодня.

Еще одно определяющее дело — это дело *Pavesich v. New England Life Ins. Co* 1905 года⁶. Как и Роберсон, Павесич сам позировал для фотографии, которая затем была без его согласия использована в рекламе. Суд пришел к выводу, что право каждого человека выставлять себя на публику в любое время, во всех подходящих местах и надлежащим образом входит в право на личную свободу. Право не привлекать к себе общественное внимание в любое время, которое человек сочтет нужным, когда его присутствие на публике не требуется никакими нормами закона, также входит в право на личную свободу. Неприкосновенность частной жизни должна гарантироваться, как и возможность быть публичным. Если личная свобода включает в себя право на публичность, то она в меньшей степени включает в себя и право на неприкосновенность частной жизни.

Также, по мнению Дж. Ротман, делу Хэлан ошибочно приписывают создание права на публичность. Как было сказано ранее, еще задолго до данного дела люди защищали свою идентичность от несанкционированного использования в рекламе. Судья Дж. Фрэнк, по сути, не внес ничего нового. Говоря о праве на публичность, он, по-видимому, не осознавал ни давнего употребления этого термина, ни его истории и в целом того, что было сделано за десятилетия до рассмотрения дела Хэлан [6, с. 286].

⁴ *Roberson v. Rochester Folding Box Co.*, 64 N.E. 442 (N.Y. 1902). URL: <https://www.courtlistener.com/opinion/3641834/roberson-v-rochester-folding-box-co> (дата обращения: 10.06.2024).

⁵ URL: <https://www.nysenate.gov/legislation/laws/CVR/50>

⁶ *Pavesich v. New England Life Ins. Co.*, 50 S.E. 68, 78–81 (Ga. 1905). URL: <https://law.justia.com/cases/georgia/supreme-court/1905/122-ga-190.html> (дата обращения: 10.06.2024).

Как отмечает Дж. Ротман, именно решение по делу *Zacchini v. Scripps-Howard Broadcasting* 1977 года (далее — Заккини), а не дело Хэлан создало то, что мы сегодня понимаем как право на публичность⁷. В рамках данного дела было создано право на публичность, а также установилось окончательное разделение между указанным правом и правом на неприкосновенность частной жизни [10, с. 302]. На сегодняшний день это единственное дело о праве на публичность, дошедшее до Верховного суда США.

Хьюго Заккини, человек — пушечное ядро, подал иск в суд о возмещении убытков на телевизионную компанию *Scripps-Howard*, которая снимала и затем без разрешения Заккини транслировала небольшой отрывок из его выступления. В конце концов дело дошло до Верховного суда США. Суд постановил, что Первая поправка к Конституции США о защите свободы слова, прессы и т. д. не освобождает средства массовой информации от гражданской ответственности, если они ведут трансляцию выступления без разрешения исполнителя. По сути, в данном деле перед судом стоял выбор между защитой конституционных прав и свобод, с одной стороны, и правом защиты от несанкционированной публичности — с другой. Судья Г. Блэкмун по данному делу затронул важную проблему. Он был обеспокоен тем, что если средства массовой информации могут вести без разрешения трансляцию выступления, подобные выступлению Заккини, то ничто не помешает им транслировать целые симфонии, боксерские матчи и т. п., если эти выступления не защищены законом об авторском праве [10, с. 304].

Суду потребовалось обосновать право на публичность как необходимое право, защищающее результаты деятельности. Суд указал, что в основе права на публичность лежит защита имущественных интересов человека в его действиях. Как пояснил суд, цели этой защиты схожи с целями патентного и авторского права. Суд сделал вывод о том, что предоставление Заккини права на публичность обеспечит ему экономический стимул создавать представления развлекательного характера, представляющие интерес для обществу. Суд также определил, что Заккини в первую очередь защищает свои экономические интересы, утверждая, что его иск имел мало общего с защитой морального вреда или защитой репутации. Напротив, его иск касался получения вознаграждения за свои затраченные усилия по проведению выступления.

По мнению большинства судей, никакой общественной цели не служило то, что телевизионная компания без разрешения Заккини транслировала его выступление на безвозмездной основе.

Таким образом, Верховный суд США постановил, что Первая поправка к Конституции США не распространяется на трансляцию всего выступления Заккини без его разрешения.

⁷ *Zacchini v. Scripps-Howard Broad. Co.*, 433 U.S. 562, 572 n.9 (1977). URL: <https://supreme.justia.com/cases/federal/us/433/562> (дата обращения: 10.06.2024).

Право на публичность, уходящее своими корнями в право на неприкосновенность частной жизни, благодаря делу Заккини сместилось в сторону интеллектуальной собственности, став при этом шире по своему содержанию. Данное право теперь не ограничивается одной личностью. Теперь это право способно пережить смерть его владельца, оно охватывает банальное воссоздание личности человека и исходит из той презумпции, что использование чьей-либо идентичности должно быть возмездным [10, с. 306].

Исходя из вышесказанного, право на публичность — это многогранное, широкое по содержанию право. На развитие этого права в США влияли случайные и конъюнктурные факторы. Далее это право широко применялось в делах с участием знаменитостей, слава которых приводила к несанкционированному заимствованию их идентичности в коммерции.

Одно их первых судебных дел, расширившее объем права на публичность, — *Carson v. Here's Johnny Portable Toilets* 1983 года (далее — Карсон)⁸. Истец, Джонни Карсон, являлся известным артистом, который вел популярную передачу *The Tonight Show* на телевидении. Начиная с 1962 года в начале шоу Карсон представлялся публике под фирменную знаменитую фразу «А вот и Джонни». В 1976 году компания по продаже портативных туалетов зарегистрировалась под названием *Here's Johnny Portable Toilets*, или «А вот и портативные туалеты Джонни». Джонни Карсон подал иск на компанию, заявляя о заимствовании его атрибута личности без его разрешения и утверждая, что та нарушает его право на публичность. Федеральный окружной суд Восточного округа Мичиган отклонил иск Карсона по общему праву штата Мичиган о праве на публичность, так как ответчик не использовал имени, сходства или изображения Карсона. Апелляционный суд шестого округа США отменил решение окружного суда и признал правопонимание окружного суда концепции права на публичность довольно ограниченным. Суд постановил, что право на публичность было нарушено, поскольку ответчик несанкционированно присвоил себе узнаваемый аспект личности Джонни Карсона, а именно его фирменную фразу «А вот и Джонни».

Известное дело *Midler v. Ford Motor Co* 1988 года (далее — Мидлер) касалось того, что популярная певица Бетт Мидлер защищала свой голос от использования в рекламе без ее разрешения⁹. Рекламное агентство компании *Ford Motor Company* предложило Мидлер спеть песню для телевизионного рекламного ролика, но получило отказ от исполнительницы. По этой причине агентство наняло пародиста, способного сымитировать голос певицы в рекламном ролике. Когда реклама вышла в телевизионный эфир, многие люди указали на то, что голос очень сильно напоминает голос Мидлер,

⁸ *Carson v. Here's Johnny Portable Toilets, Inc.*, 698 F.2d 831, 836 (6th Cir. 1983). URL: <https://law.justia.com/cases/federal/district-courts/FSupp/498/71/1652758> (дата обращения: 10.06.2024).

⁹ *Midler v. Ford Motor Co.*, 849 F.2d 460, 462–63 (9th Cir. 1988). URL: <https://law.justia.com/cases/federal/appellate-courts/F2/849/460/37485> (дата обращения: 10.06.2024).

а некоторые и вовсе подумали, что именно Бетт Мидлер исполняет композицию в рекламе. Таким образом, возникло заблуждение среди людей, будто певица действительно спела песню и тем самым одобрила рекламирующийся продукт.

Апелляционный суд девятого округа США пояснил, что ни нарушения авторского права, ни нарушения добросовестной конкуренции со стороны ответчика в отношении Мидлер он не находит. Ст. 3344 Гражданского кодекса Калифорнии также не защищает Мидлер¹⁰. Данная статья предусматривает возмещение ущерба лицу от неправомерных действий другого лица по использованию его имени, голоса, подписи, фотографии или сходства любым способом. Голос, который ответчик использовал, принадлежал не Мидлер, а человеку, симитировавшему голос. Термин «сходство» относится к визуальному образу, а не к имитации голоса. Однако право на публичность защищает все атрибуты личности, которые можно коммерциализировать. Суд пришел к выводу, что имитации голоса ответчиком была осуществлена с целью создать впечатление у аудитории, будто Бетт Мидлер действительно спела в рекламе. Голос является признаком индивидуальности Мидлер. Его коммерческая ценность заключается в том, что рынок заплатил бы за то, чтобы Мидлер лично спела в рекламном ролике.

Таким образом, по решению суда присваивание путем имитации голоса Мидлер в рекламных целях является правонарушением. Голос человека не принадлежит ответчику.

Еще одним знаковым судебным решением для концепции права на публичность является дело *White v. Samsung Electronics America, Inc.* 1992 года (далее — Уайт)¹¹. Компания Samsung выпустила в эфир рекламное видео для своей продукции, где робот, одетый в платье и парик, стоит у игрового поля «Колеса фортуны». То, как робот был одет, и декорации вокруг него действительно напоминали известную ведущую шоу «Колесо фортуны» Ванну Уайт.

Основанием для иска Уайт к компании Samsung стала ст. 3344 Гражданского кодекса Калифорнии и право на публичность по общему праву Калифорнии. Уайт указала на то, что робот обладал ее визуальным подобием в нарушение вышеуказанной статьи. По ее мнению, было сознательно использовано в коммерческих целях сходство без ее одобрения. К тому же, по заявлениям Уайт, ответчик украл часть ее индивидуальности без выплаты компенсации. Апелляционный суд девятого округа США указал на сильное сходство рекламы ответчика с образом Ванны Уайт в роли ведущей шоу, а также на то, что Samsung присвоила этот образ. Довод компании Samsung о том, что это была лишь пародия, был признан несостоятельным, так как целью

¹⁰ URL: https://leginfo.legislature.ca.gov/faces/codes_displaySection.xhtml?sectionNum=3344.&lawCode=CIV

¹¹ *White v. Samsung Elecs. Am., Inc.*, 989 F.2d 1512 (9th Cir. 1993). URL: <https://law.justia.com/cases/federal/appellate-courts/F2/971/1395/71823> (дата обращения: 10.06.2024).

рекламного ролика было не пародирование Ванны Уайта, а продажа продукции ответчика.

Проанализировав вышеуказанные дела Карсона, Мидлер и Уайт, можно сделать вывод о том, что право на публичность не ограничивается лишь именем, изображением или сходством. Важно не то, каким способом ответчик присвоил идентичность истца, а сделал ли он это вообще. Поэтому представляется не совсем оправданным ограничиваться исчерпывающим перечнем средств присвоения личных данных человека.

В настоящее время в США нет федерального закона о праве на публичность. Каждый штат сам определяет сферу своего признания данного права, что приводит к большой дифференциации внутри государства. Около 36 штатов признают право на публичность [8, с. 2].

Результаты исследования

Российскому гражданскому законодательству и доктрине неизвестно право человека на образ. Открытый перечень нематериальных благ защищается ст. 150 ГК РФ. Изображение гражданина защищается ст. 152.1 ГК РФ. Однако, на наш взгляд, этого недостаточно. Следует защитить также голос человека и его сходство от несанкционированного использования. Также следует рассмотреть защиту и иных способов проявления идентичности человека. Поэтому, по аналогии со ст. 150 ГК РФ, перечень защищаемых способов проявления образа человека должен быть открытым. Право человека на образ могло бы объединить в себе и право на имя, и право на изображение, и право на голос и другие отличительные черты образа человека.

По мнению автора, право на публичность может послужить прообразом права человека на образ для российской юридической доктрины и законодательства с учетом отечественной правовой конъюнктуры. В эпоху стремительного развития информационных технологий и искусственного интеллекта все проще становится визуализировать человека. Это объективно несет в себе потенциальные риски сохранению контроля над публичностью человека. По мнению автора, данное право предоставит сильную защиту от несанкционированного использования образа человека.

Список источников

1. Галлямова А. А. Биопринтинг и право человека на цифровой образ: правовые проблемы // Право и бизнес. 2023. № 2. С. 39–44.
2. Малеина М. Н. Личные неимущественные права граждан (понятие, осуществление и защита): дис. ... д-ра юрид. наук: 12.00.03 / Малеина Марина Николаевна; Московская государственная юридическая академия. М., 1997. 431 с.
3. Матвеев А. Г., Мартынова Е. Ю. Гражданско-правовая охрана голоса человека при его синтезе и последующем использовании // Ex Jure. 2023. № 3. С. 118–131. DOI: 10.17072/2619-0648-2023-3-118–131

4. Мограбян А. С. Внешний облик физического лица как объект субъективного права на неприкосновенность внешнего облика // Вестник ВолГУ. 2011. Серия 9. Вып. 9. С. 102–106.
5. Пучков В. О. Основные проблемы цифрового образа субъекта гражданского права в цивилистической доктрине и судебной практике // Арбитражные споры. 2020. № 3. С. 143–158.
6. Daniel Gervais and Martin L. Holmes, *Fame, Property & Identity: The Purpose and Scope of the Right of Publicity* // *Fordham Intell. Prop. Media & Ent. L. J.* 2014. Vol. 25, № 1. P. 181–225.
7. Melville B. Nimmer *The right of publicity* // *Law and Contemporary Problems.* 1954. Vol. 19, № 2. P. 203–223.
8. Quinn Emanuel Urquhart & Sullivan, LLP *The Right of Publicity in the AI Age* // *Firm Memoranda.* 2023. P. 1–13.
9. Ragland G. J. *The Right of Privacy* // *Kentucky Law Journal.* 1929 Vol. 17, № 2. P. 85–122.
10. Rothman J. E. *The right of publicity's intellectual property turn* // *Columbia journal of law & the arts.* 2019. P. 277–319.
11. Warren Samuel D., Brandeis Louis D. *The Right to Privacy* // *Harvard Law Review.* 1890. Vol. 4, № 5. P. 193–220.
12. William L. Prosser *Privacy* // *California Law Review.* 1960. Vol. 48, № 3. P. 383–423.

References

1. Gallyamova A. A. *Bioprinting i pravo cheloveka na cifrovoj obraz: pravovy`e problemy`* // *Pravo i biznes.* 2023. № 2. S. 39–44.
2. Maleina M. N. *Lichny`e neimushhestvenny`e prava grazhdan (ponyatie, osushhestvlenie i zashhita): dis. ... d-ra jurid. nauk: 12.00.03 / Maleina Marina Nikolaevna; Moskovskaya gosudarstvennaya yuridicheskaya akademiya. M., 1997. 431 s.*
3. Matveev A. G., Mart`yanova E. YU. *Grazhdansko-pravovaya ohrana golosa cheloveka pri ego sinteze i posleduyushhem ispol`zovanii* // *Ex Jure.* 2023. № 3. S. 118–131. DOI: 10.17072/2619-0648-2023-3-118–131
4. Мограбян А. С. Внешний облик физического лица как объект субъективного права на неприкосновенность внешнего облика // Вестник ВолГУ. 2011. Серия 9. Вып. 9. С. 102–106.
5. Пучков В. О. Основные проблемы цифрового образа субъекта гражданского права в цивилистической доктрине и судебной практике // Арбитражные споры. 2020. № 3. С. 143–158.
6. Daniel Gervais and Martin L. Holmes, *Fame, Property & Identity: The Purpose and Scope of the Right of Publicity* // *Fordham Intell. Prop. Media & Ent. L. J.* 2014. Vol. 25, № 1. P. 181–225.
7. Melville B. Nimmer *The right of publicity* // *Law and Contemporary Problems.* 1954. Vol. 19, № 2 P. 203–223.
8. Quinn Emanuel Urquhart & Sullivan, LLP *The Right of Publicity in the AI Age* // *Firm Memoranda.* 2023. P. 1–13.
9. Ragland G. J. *The Right of Privacy* // *Kentucky Law Journal.* 1929 Vol. 17, № 2. P. 85–122.

10. Rothman J. E. The right of publicity's intellectual property turn // Columbia journal of law & the arts. 2019. P. 277–319.
11. Warren Samuel D., Brandeis Louis D. The Right to Privacy // Harvard Law Review. 1890. Vol. 4, № 5. P. 193–220.
12. William L. Prosser Privacy // California Law Review. 1960. Vol. 48, № 3. P. 383–423.

Статья поступила в редакцию: 02.07.2024;
одобрена после рецензирования: 15.07.2024;
принята к публикации: 19.07.2024.

The article was submitted: 02.07.2024;
approved after reviewing: 15.07.2024;
accepted for publication: 19.07.2024.