
ПРАВОПРИМЕНЕНИЕ В ЧАСТНОМ ПРАВЕ

THE LAW ENFORCEMENT IN PRIVATE LAW

УДК 347.78

DOI 10.52468/2542-1514.2023.7(2).135-143



ТОКЕНИЗАЦИЯ ТВОРЧЕСТВА: МОТИВАЦИЯ ПОЛЬЗОВАТЕЛЕЙ, КОНСЕНСУАЛЬНАЯ ЦЕННОСТЬ И АВТОРСКОЕ ПРАВО КИТАЯ

Р.А. Будник^{1,2}

¹ *Национальный исследовательский университет «Высшая школа экономики», г. Москва, Россия*

² *Университет МГУ-ППИ в Шэньчжэне, г. Шэньчжэнь, Китай*

Информация о статье

Дата поступления –

29 августа 2022 г.

Дата принятия в печать –

20 января 2023 г.

Дата онлайн-размещения –

20 июня 2023 г.

Ключевые слова

Токенизация творчества, консенсуальная ценность, личное неимущественное право, авторское право Китая, NFT, токен

Представлен юридико-экономический анализ феномена невзаимозаменяемых токенов. Априорная доступность части токенизируемых произведений деактивирует возможность их монетизации традиционными способами, основанными на копирайте. Выдвинута гипотеза, что собственники токенов применяют альтернативные методы коммерциализации, которые не связаны с ограничением доступа к произведению. Обосновано, что результаты интеллектуальной деятельности в постэкономическом обществе занимают место нового эталона ценности. Консенсуальная ценность, заключенная в токенизированных произведениях, выступает мотиватором приобретателей токенов, который компенсирует выпадающие источники дохода. Вопрос о юридико-экономических основаниях, рационализирующих поведение покупателей прав на токенизированные произведения, решен с помощью концепции личного права собственника невзаимозаменяемого токена.

TOKENIZATION OF CREATIVITY: USER MOTIVATION, CONSENSUAL VALUE AND CHINESE COPYRIGHT LAW

Ruslan A. Budnik^{1,2}

¹ *HSE University, Moscow, Russia*

² *Shenzhen MSU-BIT University, Shenzhen, China*

Article info

Received –

2022 August 29

Accepted –

2023 January 20

Available online –

2023 June 20

Keywords

Tokenization of creativity, consensual value, moral rights, Chinese copyright law, NFT, token

The subject of this study is the legal-economic analysis of the non-fungible token phenomenon. Due to the a priori accessibility of many tokenized intellectual products, the ability to monetize them by copyright methods turns out to be hard to implement. The paper puts forward a hypothesis that token owners apply innovative monetization methods, which do not stand on the prohibition and restriction of access to the protected results of intellectual activity. Instead of deactivated copyright restrictions, token buyers receive some new, additional, non-trivial economic utility that researchers have not reflected yet. If this utility exists, we should identify, analyze and include it in the equation of relations regarding NFT. The second hypothesis of the study stems from the first one. It states that the results of creative activity in the post-economic society take the place of a new etalon of value, which replaces the materialistic standard of worth based on rarity. The consensual value contained in tokenized works brings additional motivators for token purchasers and compensates for the lost sources of income.

Our goal is to put and verify the scientific hypotheses of tokenized works' additional non-obvious value existence. We suppose that this innovative utility substitutes traditional copyright ban-based monetization abilities. The research's purpose is also to theoretically generalize its results and formulate a legal-economic concept that explains the motivation for the purchasers of non-fungible tokens and sets the regulations for the NFT market.

Methodology. The study of the non-fungible token phenomenon and the verification of formulated hypotheses conducts from the standpoint of the law, economics, an interdisci-

plinary legal-economic – institutional point of view, as well as with the help of the monistic copyright doctrine of the People's Republic of China. The research methodology also includes an analysis of the relevant body of knowledge and various points of view of the scientists on the subject of research.

The study's main result is the novel elaborated concept of the non-fungible token owner's moral right. This concept fills the rising doctrine of utilitarian digital rights with legal-economic essence. We constructed the non-fungible token owner's moral right consisting of two powers: the right to designate one's name as the owner of a token for a specific creative product and to demand such an indication from others; and also, as a duty of NFT platforms to support the function of informing about the name or pseudonym of the token's owner.

Analysis of the appropriate accumulated knowledge, development, and verification of formulated hypotheses on tokenized works' consensual value and additional economic utility, allowed us to achieve the goals of this study. We resolve the issue of token purchasers' motivation and legal-economic grounds for their rational behavior by formulating and substantiating the concept of non-fungible tokens' owner moral right.

1. Введение в проблему

Одной из наиболее заметных новаций современного мира можно назвать развивающийся феномен цифрового искусства [1, р. 3], породивший множество инновационных способов его коммерческого и альтруистического использования [2]. Альтернативные модели монетизации цифрового арта находятся в фокусе осмысления юридическим сообществом мира на предмет их правовой квалификации [3, р. 192–219]. Кажущееся ранее неизвестным явление исследуется с целью обнаружить его соответствие уже существующим объектам права и сложившимся вокруг них отношениям либо вынести вердикт об отсутствии искомого тождества и обосновать необходимость построения новых правовых конструкций и методов регулирования. Среди специалистов не вызывает принципиальных споров тот факт, что сам объект цифрового искусства представляет собой не что иное, как объект авторских либо смежных прав: произведение изобразительного искусства, произведение музыки с текстом либо без текста, аудиовизуальное произведение или иной сложный объект [4, р. 45].

Интенсивная полемика развернулась вокруг такого явления, как невзаимозаменяемый токен, или *non-fungible token* (далее – *NFT*) [4, р. 12]. Многомерность этого явления состоит в том, что оно имеет юридическое, экономическое и технологическое измерение. Юридический смысл *NFT* заключается в фиксации переданных прав на объект цифрового искусства; экономическое содержание включает в себя извлечение дохода из использования произведения и обменные операции с его токеном; технологический базис позволяет осуществлять заслуживающие

доверия транзакции и хранение информации о них на децентрализованной блокчейн-платформе [5].

Получивший в этих обстоятельствах широкое распространение термин «блокчейн токенизация» не имеет легального определения, поэтому мы предлагаем его авторскую интерпретацию. Под токенизацией произведения понимается выпуск (чеканка, штамповка – *minting*) его правообладателем на платформе блокчейн невзаимозаменяемого токена в отношении данного объекта авторских либо смежных прав, неотъемлемая часть которого представляет собой лицензионное соглашение (электронный смарт-контракт) о переходе определённого объема интеллектуальных прав на произведение к приобретателю токена.

Объем прав, передаваемых посредством токена, в каждом случае индивидуален, он может колебаться в широком диапазоне от перехода имущественных прав в полном объеме (отчуждение) до минимально возможного – использования одной конкретной копии произведения одним из множества доступных способов.

При этом сам токен не является объектом авторских прав, он представляет собой элемент блокчейн-системы, выполняющий функцию контейнера информации об оцифрованном произведении, именуемой метаданными. Информационное содержание токена составляет собой такие компоненты, как служебная информация для верификации записи в блокчейне; данные о репозитории, в котором хранится цифровая копия или оригинал произведения; смарт-контракт, конкретизирующий и фиксирующий права покупателя токена; идентификаторы продавца и покупателя токена [6].

Отличительной особенностью значительной части объектов цифрового искусства, права на которые фиксируются и реализуются с помощью *NFT*, является априорная доступность их копий на сетевых ресурсах, а зачастую и на физических носителях [7, р. 183], например картины классических художников, копии (репродукции) которых могут быть вывешены на улицах города, или забавные изображения «крипто-панков», коллекция которых положила начало *NFT*-рынка цифрового арта, напечатанные на футболках.

В качестве причин изначальной распространенности токенизируемых объектов можно выделить два обстоятельства [8, р. 213–222]. Первое заключается в том, что произведение перешло в общественное достояние вследствие истечения срока охраны авторских прав, что позволяет его использовать без разрешения и выплаты вознаграждения. Примером здесь могут служить произведения изобразительного искусства всемирно признанных художников с истекшим сроком охраны авторских прав.

Второй фактор – это целенаправленные действия автора или иного правообладателя по безвозмездному распространению объекта цифрового искусства. Данный подход объясняется тем, что в современных реалиях востребованность, или «кликабельность», объекта достигается через массивное привлечение внимания пользователей с помощью рекламно-маркетинговых мероприятий и предоставление свободного доступа к нему. Только при этих условиях возможно максимизировать аудиторию, добиться от нее обратной связи и получить оценку произведения, на основании которой строить стратегию его монетизации. Таким образом, именно свободный доступ к объекту цифрового арта становится необходимым условием успешной коммерциализации, но не ограничение его циркуляции [9].

По этим двум причинам новые объекты цифрового искусства и оцифрованные дубликаты известных произведений, права на которые продаются с помощью токенов, еще до токенизации оказываются доступными в виде электронных копий и физических экземпляров.

С позиций классической доктрины интеллектуальных прав, основанной на запрете использования произведения без разрешения правообладателя, поведение приобретателей токенов, которые в зна-

чительной части случаев изначально, еще до покупки, вследствие уже свершившегося факта, лишены возможности ограничить распространение творческого продукта в Сети и вне Сети, представляется контринтуитивным [10, р. 144]. Методы коммерциализации такого произведения, базирующиеся на ограничениях и предусматривающие взимание платы за использование, оказываются нереализуемыми или, как минимум, затрудненными. При этом в арсенале приобретателей токенов накоплен широкий спектр инновационных способов их монетизации, не связанных с ограничением доступа к произведению [11, р. 206].

2. Методология

В настоящем исследовании мы выдвигаем и проверяем гипотезу о консенсуальной ценности творческих продуктов¹, приходящей на смену материалистическому подходу к исчислению ценности, вытекающей из редкости и дефицита благ.

Конструкт консенсуальной ценности творчества потребовал, в свою очередь, разработки концепции личного права собственника токена на основе институциональной теории о взаимной обусловленности юридических и экономических аспектов отношений в современном обществе.

3. Результаты

3.1. *NFT* и консенсуальная ценность творчества

3.1.1. Творческий продукт как новый эталон ценности

Истоки ценности и стоимости в современном мире всё в меньшей степени базируются на материальных благах. На практическом уровне это проявляется в доминировании интеллектуально-информационного продукта в экономиках развитых стран мира [12]. При этом основой ценности и денежного выражения стоимости до настоящего момента остается такая характерная для материалистического периода развития цивилизации категория, как редкость: редкость или дефицит как условие, возникающее в случае, когда спрос на дар природы, товар или услугу превышает его доступный объем. Природным эталоном ценности, основанным на дефиците, выступает золото как редкоземельный, требующий значительных усилий в добыче металл.

В постиндустриальном обществе, которое по большей части создает нематериальные продукты и

¹ Консенсуальная ценность в предлагаемом автором статьи понимании – это та ценность, которая сформирована и верифицирована обществом, в частности – его релевант-

ными социальными слоями и целевыми клубами, с помощью технологических инструментов групповой коммуникации.

услуги, мы имеем принципиально иную зависимость, а именно вытекание их ценности не из дефицита, а, наоборот, из роста всеобщности, высокой распространенности, увеличения аудитории, количества пользователей, вовлеченности широких масс и отдельных индивидуумов [13]. Это явление также определяется в качестве сетевого эффекта, при котором ценность блага, товара или услуги для одного пользователя повышается с ростом числа других потребителей [14].

Увеличение ценности вследствие роста распространенности, а не редкости, проявляется наиболее ярко на примере творческих продуктов. Чем более популярно, востребовано произведение, например мобильное приложение, тем более ценным оно выглядит для других и тем большую «качку» в различных единицах стоимости оно в конечном итоге собирает. Данное обстоятельство подталкивает нас к следующему интеллектуальному шагу: на современном этапе развития человечеству необходим новый эталон ценности, основанный на качественном восприятии этого артефакта значимым количеством граждан мира.

Второе важное для нашего анализа обстоятельство – это размывание монополии государства на выпуск в обращение денег как эквивалента стоимости / полезности, средства платежа и инструмента накопления богатства. Данное состояние наступило как чисто технически с появлением криптовалют и глобальной сети блокчейн-платформ для их процессинга, так и на ментальном уровне, когда часть общества приняла эту альтернативу государственным финансам и наделила ее доверием, основанным на доверии других граждан мира к новому активу и поддерживающей его инфраструктуре.

Запрос на новую ценность и появление поддерживающей ее инфраструктуры создали условия для формирования нового эталона ценности и производного от нее эквивалента стоимости / полезности в качестве средства выражения этой ценности [15]. Новый эталон ценности с нашей точки зрения может быть основан не только на абстракции чисел и не объективированном доверии, что символизируют собой криптовалюты, но на консенсусе членов общества в отношении того, что они считают наиболее ценным ресурсом или продуктом на новом этапе своего развития.

Так мы подошли к тому, чтобы синтезировать предпосылки и вычислить ту сущность, которая станет новым эталоном ценности. Для этого она должна

соответствовать ряду критериев. Данное благо, объект или ресурс обладает нематериальной природой. Его ценность проистекает не из редкости, а из распространенности и востребованности. Это явление связано с интеллектом человека, с информационной стороной его деятельности, а не физическими ресурсами, другими словами, с тем, что придает форму, а не тем, чему придается форма. Чтобы быть принятым в качестве эталона ценности, этот объект уже сегодня должен восприниматься в качестве ценного актива. В наибольшей степени вышеозначенным критериям соответствуют результаты интеллектуальной деятельности, точнее те из них, что не связаны с материальным миром, а именно произведения литературы, науки и искусства, или объекты авторских и смежных прав.

3.1.2. Механизм определения ценности творческого продукта

Далее встает вопрос о механизме определения и дифференциации ценности творческих продуктов, что, кто и как определяет эту ценность, какой объект более или менее ценен, и почему. В качестве ответа нам видится одна из ключевых гипотез настоящего исследования, заключающаяся в том, что это должна быть консенсуальная ценность, установленная и верифицированная независимыми общественными группами или структурами клубного типа [16]. Внимательный взгляд на сообщества продавцов и покупателей *NFT*-токенов и их инструментарий позволяет предположить, что это и есть несовершенный, волатильный, подверженный внешнему влиянию и спекуляциям, но рабочий механизм выявления консенсуальной ценности творческого продукта [17, р. 293]. Если абстрагироваться от технологической сложности блокчейна и криптовалют, то по своей сути это классический механизм формирования биржевой цены на товар посредством баланса спроса и предложения. Цена токенов формируется сложным социокультурным механизмом, который включает в себя инновационные инструменты клубной экономики, такие как коллаборативная фильтрация, алгоритмы кросс-культурной коммуникации и рекомендательные системы [18].

Цена токенов на произведения цифрового искусства в *NFT*-сообществах формируется на основе консенсуса о ценности определенного произведения с применением вышеуказанных средств. Факт работы данного механизма представляется более важным, чем то, что иногда это выглядит как легкомысленная проба, курьезная забава с примитивными картин-

ками «крипто-панков»², «скучающих обезьян»³ или цифровыми копиями шедевров мировой живописи, которые вышли в общественное достояние⁴.

3.2. Личное право собственника токена как составляющая его стоимости

В творческой деятельности решающую роль играет личность ученого, художника, поэта, автора программы для ЭВМ или музыканта. Автор произведения отражается в своем творении, собственно произведение является продолжением личности автора, расширением этого человека, по меткому замечанию Г.М. Маклюэна [19]. Личность автора выступает одним из определяющих факторов оценки произведения, причем как до ознакомления с конкретной работой, так и после.

Наша гипотеза заключается в том, что сам факт покупки токена на произведение, а также личность приобретателя влияют на восприятие ценности произведения и динамику цены его токена. Факт приобретения токена транслирует в сообщество информацию о том, что как минимум один покупатель видит в произведении ценность. Данное обстоятельство в соответствии с принципами клубной экономики предполагает консенсус сообщества в отношении ценности данного произведения, что в свою очередь сигнализирует о перспективе повышения цены токена.

Следующее обстоятельство касается влияния личности приобретателя или коллекционера на восприятие ценности произведения, а значит, и на цену токена. Мир искусства традиционно реагирует на личность авторитетного коллекционера либо успешного арт-дилера [20, р. 29]. Высокий авторитет коллекционера или трейдера влияет на цену произведения в сторону ее увеличения, и следующая продажа проходит с премией к предыдущей. *NFT* / блокчейн-среда в силу прозрачности транзакций усиливает этот хорошо известный эффект.

Вышесказанное позволяет нам сформулировать концепцию личного права собственника токена по аналогии с моральным правом автора произведения. В случае приобретения токена на произведение возникает более тесная и значимая связь собственника токена с токенизированной работой, чем с обычной материальной вещью, которая в свою очередь индуцирует увеличение консенсуальной ценности произведения и повышение цены токена. Авторитет покупателя токена и консенсуальная цен-

ность произведения входят в своеобразный резонанс как синфазные волны, которые складываются и взаимно усиливаются, а приумноженная синергия ценности поддерживается и передается средствами блокчейн-платформы.

Согласно предлагаемой концепции, личное право собственника токена состоит из двух правомочий. Первое правомочие – право собственника на имя, т. е. право обозначить свое имя в качестве владельца токена на конкретное произведение и право требовать от других такого указания. Реализация первого правомочия предполагается по умолчанию, поскольку имя либо псевдоним приобретателя является стандартным атрибутом блокчейн-блока. Однако такое обозначение осуществляется в формате метаданных, которые трудно считываются человеком в связи с наличием «кодовой обвязки» этой информации, сквозь которую сложно воспринять текст. Поэтому речь здесь идет о человекочитаемом формате представления имени собственника токена.

Второе личное правомочие собственника токена носит характер юридической обязанности – меры должного поведения, предусмотренного соглашением сторон. Это правомочие должно быть отражено в правилах *NFT* / блокчейн-платформ как обязанность поддержки функции информирования об имени либо псевдониме владельца токена на конкретное произведение, если только тот не желает оставаться инкогнито.

Концепция личного права собственника токена сложилась в рамках поиска ответа на вопрос о мотивах приобретателей *NFT*. По-нашему мнению, эта концепция позволяет выявить и объяснить аксессуарную полезность токенов с вытекающими из нее финансовыми последствиями. Резонансное увеличение цены токена можеткратно компенсировать потери от изъятия некоторых возможностей монетизации произведения классическими способами – посредством применения запретительных механизмов копирайта. Именно этот эффект имеют в виду и основываясь на собственном опыте, функциях платформы и сложившихся паттернах поведения участников сообществ, используют покупатели токенов. Данный мотив их действий ранее не был артикулирован, проанализирован и отрефлексирован с должной детализацией.

² См., напр., известный *NFT*-проект *Larva Labs*: URL: <https://www.larvalabs.com/>.

³ См., напр., лимитированную *NFT*-коллекцию *BAVC*: URL: <https://boredapeyachtclub.com/#/>.

⁴ Эрмитаж представил 38 *NFT*-проектов на первой выставке цифрового искусства // ТАСС. 2021. 11 нояб. URL: <https://tass.ru/kultura/12888681>.

4. Дискуссия: личное право собственника токена сквозь призму институциональной теории и авторского права Китайской Народной Республики (КНР)

4.1. Институциональное обоснование личного права собственника токена

Институциональная теория зиждется на аксиоме о том, что правовые и экономические процессы взаимно обусловлены. Право и экономику не имеет смысла ранжировать между собой, среди этих двух социальных институтов невозможно выделить тот, что играет ведущую роль, в диалектическом единстве и противоположности они равнозначны [21, р. 27]. Гражданские, коммерческие, предпринимательские, торговые отношения всегда носят юридико-экономический характер, складываются и развиваются одновременно в обоих ипостасях как две стороны одной медали [22]. Институциональный подход контрастно отличается от марксистского, постулирующего примат экономики над правовой надстройкой.

Важные для настоящего исследования постулаты институциональной теории определены так, что правовой подтекст всегда стоит за всякими экономическими процессами, а также что значимость экономического обмена не ниже производственного фактора. Юридико-экономическая связь является непрерывной, она обеспечивает учет различных интересов и отражает баланс социальных групп, позволяет обосновать то, какие права и ценности доминируют в конкретном периоде и кто должен принимать решения по этим проблемам [23, р. 184]. Юридико-экономическая связь в конечном итоге определяет распределение ресурсов, власти, доходов и богатства.

Личное право собственника токена представляет собой синтез правовых и экономических факторов, который предполагает институциональная теория. Это право отражает закономерность, которая прямо вытекает из институционализма и состоит в юридико-экономической нераздельности имущественных и неимущественных правомочий, единстве и взаимной обусловленности материальных и моральных мотивов поведения, определяющих отношения вокруг *NFT*-токенов. Личное право собственника токена на имя и его право быть указанным в качестве правообладателя произведения выводится если не на уровень равнозначности, то на иерархическую ступень, предшествующую высоте моральных прав автора произведения. Предлагаемая концепция призвана отразить тот факт, что репутация и авторитет собственника токена может уве-

личивать ценность объекта владения, и наоборот, ценность произведения увеличивает репутацию его правообладателя. Корреляция юридической и экономической составляющей отношений в сфере *NFT*, уходящая своими корнями в институциональную теорию, проливает свет на мотивацию приобретателей токенов.

4.2. Авторское право Китая и личное право собственника токена

Концепция личного права собственника токена лаконично вписывается в законодательство об авторских правах КНР в силу его опоры на монистическую доктрину интеллектуальных прав и принципы институционализма (см., напр.: [24, р. 67]).

Монизм авторского законодательства Китая отчетливо просматривается в норме ст. 10 «Содержание авторского права» Закона КНР «Об авторском праве». Гипотеза нормы начинается с тезиса «авторское право включает следующие личные и имущественные права», и далее единым списком без выделения категорий перечисляются экономические и моральные правомочия автора. Монизм авторского права Китая, заключающийся в отсутствии водораздела между имущественными и моральными правами автора и, напротив, в глубокой интеграции и бесшовной связке этих правовых категорий, соответствует постулату о взаимообусловленности права и экономики в институциональной теории (см., напр.: [25, р. 49]).

В законах об авторских правах, построенных на дуализме имущественных и моральных прав, картина иная. В четвертой части Гражданского кодекса РФ, например, он выражен в разграничении имущественных и личных неимущественных прав посредством кластеризации статей закона по данному основанию [26, р. 133]. Данный подход затрудняет осознание интегрированной юридико-экономической мотивации участников рынка *NFT*. И напротив, монистическая концепция авторского права КНР дает нам ключ к пониманию этого явления.

Институциональная основа закона об авторских правах Китая заложена в его структуре. Второй параграф закона представляет собой совокупность норм, посвященных конкретным объектам авторских и смежных прав и обстоятельствам их сотворения. Гипотеза и диспозиция этих норм исчерпывающим образом описывают как правовую, так и экономическую сторону отношений по поводу создания и использования объектов данного типа, не оставляя лакун для вольной трактовки и сообщает правоприменителю предельную юридико-экономическую

определенность. Так, ст. 12 посвящена авторским правам на производное произведение; ст. 13 – правам на произведение, которое создано в соавторстве; ст. 15 – правам на кинофильмы и произведения, созданные способом, аналогичным кинопроизводству; ст. 18 – правам на произведения изобразительных искусств.

Еще одной особенностью законодательства Китая, которая одновременно подчеркивает его монистическую основу и опору на институциональную теорию, является допустимость признания автором результата интеллектуальной деятельности юридических лиц, а не только физических лиц, как, например, в Российской Федерации. Статья 11, определяющая принадлежность авторских прав, во втором абзаце гласит: «Автором произведения признаётся юридическое лицо или иная организация, если произведение создано под руководством юридического лица или иной организации, выражает их творческий замысел, при этом данное юридическое лицо или иная организация признаёт свою ответственность за произведение».

Таким образом, юридическому лицу в Китае могут принадлежать не только имущественные, но и личные неимущественные права. Для стран с дуалистической традицией авторских прав такое положение нехарактерно. Однако оно в полной мере работает в странах монистической доктрины, часто встречающейся в государствах семьи обычного права, в виде правила, которое применяется к произведениям, созданным по найму (*work made for hire*), и предписывает передачу личных неимущественных прав юридическому лицу – нанимателю авторов и исполнителей (см., напр.: [27, р. 73]).

Наделение юридического лица моральными правами по законодательству об авторских правах КНР воздвигает основания и формирует потребность в концепции личного права собственника токена следующим образом. Коллекции произведений цифрового арта часто создаются с целью их токенизации командами художников, которые могут объединяться в юридическое лицо с собственной авторско-правовой идентичностью и выступать как коллективный автор [28]. С другой стороны, коллекционеры токенов также могут создавать юридические лица и выступать как коллективный коллекционер (см., напр.: [29, р. 981]). Оба вида этих объединений обладают кумулятивной репутацией как суммой единичных репутаций их членов – художников и кол-

лекционеров [30]. Таким образом репутация коллективного автора усиливает ценность создаваемых объединением авторов произведений. То же справедливо и в отношении репутации коллективного коллекционера, которая работает на увеличение цены токенов членов сообщества.

Влияние личного права собственника токена уже сегодня принимается в расчет участниками рынка. На *NFT*-маркетплейсах поддерживается инструмент указания имени собственника токена через атрибут *owned by* (принадлежит тому-то), однако довольно часто владельцы токенов остаются инкогнито. Это может быть оправдано причинами финансово-налогового характера, но снижает стоимость токена. Поэтому если нет оснований скрывать личность или псевдоним авторитетного собственника, то факт владения стоит подчеркивать, поскольку он будет увеличивать на стоимость токена через механизм резонанса ценности. Эта закономерность поддерживается авторско-правовой доктриной Китая и используется китайским *NFT*-сообществом.

5. Заключение

В данной статье мы поставили перед собой цель проанализировать мотивы приобретателей *NFT*-токенов. Для ее достижения мы применили институциональную юридиико-экономическую доктрину, которая предполагает неразрывность правовых и экономических устремлений участников отношений. Постулаты этой теории привели нас к формулировке концепции личного права собственника токена, которая в формирующемся российском законодательстве соответствует определению утилитарных цифровых прав. Личное право собственника токена мы сконструировали состоящим из двух правомочий: как право обозначить свое имя в качестве владельца токена на конкретное произведение и требовать такого указания от других, а также как обязанность платформ поддерживать функцию информирования об имени либо псевдониме владельца токена.

Законодательство КНР об авторских правах позволило проверить совместимость предложенной концепции с доктринальными положениями системы интеллектуальных прав и ее практическую применимость. Результаты настоящего исследования будут полезны для дальнейшего изучения феномена *NFT* и отношений на рынке невзаимозаменяемых токенов, которые продолжают находиться в фазе интенсивного развития.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ (REFERENCES)

1. Sestino A., Guido G., Peluso A. Non-Fungible Tokens (NFTs). *Examining the Impact on Consumers and Marketing Strategies*. Springer International Publishing, 2022. 98 p.
2. Wang V., Wang D. The Impact of the Increasing Popularity of Digital Art on the Current Job Market for Artists. *Art and Design Review*, 2021, vol. 9, pp. 242–253. DOI: 10.4236/adr.2021.93019.
3. Seiter W., Seiter B., Seiter E. *The Creative Artist's Legal Guide. Copyright, Trademark and Contracts in Film and Digital Media Production*. Yale University Press, 2012. 244 p.
4. Perduto P. *NFT - Income for Creative Minds. How to Generate Additional Income as a Photographer, Graphic Designer, Composer, Musician Or Other Art Creator*. Books on Demand Publ., 2022. 156 p.
5. Beckman M. *The Comprehensive Guide to NFTs, Digital Artwork, and Blockchain Technology*. Skyhorse Publ., 2021. 224 p.
6. Lee J.J. A Study on the Influence on Intention to Use Blockchain-Based Copyright Contract, in: Lee R. (ed.). *Computer and Information Science 2021 – Fall*, ICIS 2021, Studies in Computational Intelligence; vol. 1003, Cham, Springer Publ., 2022, pp. 96–106. DOI: 10.1007/978-3-030-90528-6_9.
7. Karol P., Hecker S. (eds.). *Posthumous Art, Law and the Art Market. The Afterlife of Art*. Taylor & Francis Publ., 2022. 252 p.
8. Treiblmaier H., Lacity M. (eds.). *Blockchains and the Token Economy. Theory and Practice*. Springer International Publishing, 2012. 372 p.
9. Zeilinger M. Digital Art as «Monetised Graphics»: Enforcing Intellectual Property on the Blockchain. *Philosophy & Technology*, 2018, vol. 31, pp. 15–41. DOI: 10.1007/s13347-016-0243-1.
10. Rimmer M. *Digital Copyright and the Consumer Revolution*. Edward Elgar Publishing, 2007. 384 p.
11. Okediji R. *Copyright Law in an Age of Limitations and Exceptions*. Cambridge University Press, 2017. 528 p.
12. Jednak S., Dmitrovic V., Damjanovic V. Intellectual Capital As A Driver Of Economic Development. *Economic Review: Journal of Economics and Business*, 2017, vol. 15, iss. 2, pp. 77–84.
13. Goedegeure R.P.G., Tijssen I.O.J.M., van der Laan L.N., van Trijp H.C.M. The Subjective Value of Product Popularity: A Neural Account of How Product Popularity Influences Choice Using a Social and a Quality Focus. *Frontiers in Psychology*, 2022, vol. 12, art. 738095. DOI: 10.3389/fpsyg.2021.738095.
14. Hinz O., Otter T., Skiera B. Estimating Network Effects in Two-Sided Markets. *Journal of Management Information Systems*, 2020, vol. 37, iss. 1, pp. 12–38. DOI: 10.1080/07421222.2019.1705509.
15. Booth D. Postmaterial Experience Economics. *Journal of Human Values*, 2018, vol. 24, iss. 2, pp. 83–100. DOI: 10.1177/0971685818754552.
16. Basel S., Rao R., Gopakumar K. Analysis of club convergence for economies: identification and testing using development indices. *Asia-Pacific Journal of Regional Science*, 2021, vol. 5, iss. 2, pp. 885–908. DOI: 10.1007/s41685-021-00205-8.
17. Witte E., Davis J. *Understanding Group Behavior*, vol. 1: Consensual Action By Small Groups. Psychology Press, 2014. 332 p.
18. Warren T. *Cross-cultural Communication. Perspectives in Theory and Practice*. Taylor & Francis Publ., 2017. 142 p.
19. McLuhan H.M. *Understanding media: the extension of man*. Routledge Publ., Kegan Publ., 1975. 396 p.
20. Kleinberger D. *Agency, Partnerships, and LLCs. Examples and Explanations*. Aspen Publishers, 2008. 488 p.
21. Samuels W. *The Legal-Economic Nexus. Fundamental Processes*. Taylor & Francis Publ., 2007. 512 p.
22. Mercurio N. (ed.). *Law and Economics*. Springer Netherlands Publ., 2011. 272 p.
23. Santa Maria A. *European Economic Law*. Wolters Kluwer Publ., 2019. 610 p.
24. Guo Y. *Modern China's Copyright Law and Practice*. Springer Nature Singapore Publ., 2018. 230 p.
25. Tang G. *Copyright and the Public Interest in China*. Edward Elgar Publishing, 2011. 304 p.
26. Sundara Rajan M. *Moral Rights. Principles, Practice and New Technology*. Oxford University Press, 2011. 549 p.
27. Yu P. *Intellectual Property and Information Wealth*. Praeger Publishers, 2007. 175 p.
28. Jandrić P., Luke T., Sturm S., McLaren P., Jackson L., MacKenzie A., Tesar M., Stewart G.T., Roberts P., Abeglen S., Burns T., Sinfield S., Hayes S., Jaldemark J., Peters M.A., Sinclair Ch., Gibbons A. *Collective Writing: The Co-*

ntinuous Struggle for Meaning-Making. *Postdigital Science and Education*, Published July 15, 2022. DOI: 10.1007/s42438-022-00320-5.

29. Lavoie B., Dempsey L., Malpas C. Reflections on Collective Collections. *College & Research Libraries*, 2020, vol. 81, no. 6, pp. 981–996. DOI: 10.5860/crl.81.6.981.

30. Mortazavi B., Kesidis G. Cumulative Reputation Systems for Peer-to-Peer Content Distribution, in: *CISS 2006*, Proceedings of the 2006 IEEE Conference on Information Sciences and Systems, March 22-24, 2006, Princeton University, Princeton, New Jersey, USA, IEEE Publ., 2006, pp. 1546–1552. DOI: 10.1109/CISS.2006.286385.

ИНФОРМАЦИЯ ОБ АВТОРЕ

Будник Руслан Александрович – доктор юридических наук, ¹заместитель директора Международного Научно-образовательного центра «Кафедра ЮНЕСКО по авторским правам, смежным, культурным и информационным правам», ²доцент Российско-китайского центра сравнительного правоведения

¹ *Национальный исследовательский университет «Высшая школа экономики»*

² *Университет МГУ-ППИ в Шэньчжэне*

¹ 123022, Россия, г. Москва, Большой Трёхсвятительский пер., 3

² 518172, Китай, Провинция Гуандун, г. Шэньчжэнь, район Лунган, Даюньсиньчэн, ул. Гоцзидасюэюань, 1

E-mail: rusbudnik@gmail.com; rbudnik@hse.ru

ORCID: 0000-0001-8076-1560

SPIN-код РИНЦ: 5202-9106

INFORMATION ABOUT AUTHOR

Ruslan A. Budnik – Doctor of Law; ¹Deputy Director, International Scientific and Educational Center "UNESCO Chair on Copyright, Related, Cultural and Information Rights"; ²Associate Professor, Russian-Chinese Center for Comparative Law

¹ *HSE University*

² *Shenzhen MSU-BIT University*

¹ 3, Bol'shoi Trekhsvyatitel'skii per., Moscow, 123022, Russia

² 1, International University Park Road, Dayun New Town, Longgang District, Shenzhen, Guangdong Province, 518172, China

E-mail: rusbudnik@gmail.com; rbudnik@hse.ru

ORCID: 0000-0001-8076-1560

RSCI SPIN-code: 5202-9106

БИБЛИОГРАФИЧЕСКОЕ ОПИСАНИЕ СТАТЬИ

Будник Р.А. Токенизация творчества: мотивация пользователей, консенсуальная ценность и авторское право Китая / Р.А. Будник // *Правоприменение*. – 2023. – Т. 7, № 2. – С. 135–143. – DOI: 10.52468/2542-1514.2023.7(2).135-143.

BIBLIOGRAPHIC DESCRIPTION

Budnik R.A. Tokenization of creativity: user motivation, consensual value and Chinese copyright law. *Pravoprimenenie = Law Enforcement Review*, 2023, vol. 7, no. 2, pp. 135–143. DOI: 10.52468/2542-1514.2023.7(2).135-143. (In Russ.).