

ПРАВО ІНТЕЛЕКТУАЛЬНОЇ ВЛАСНОСТІ

Бордюг Т.О.

студентка,

*Київський національний університет
імені Тараса Шевченка*

АВТОРСЬКЕ ПРАВО У КІБЕРПРОСТОРИ: МОНЕТИЗУВАТИ, А НЕ ОБМЕЖУВАТИ

Якщо проаналізувати існуючі на сьогодні публікації і концепції регулювання захисту авторського права у мережі Інтернет, то практично всі вони об'єднані однією ідеєю: обмежувати, а не вільно розповсюджувати. Проте такий підхід не є прийнятним для більшості користувачів мережі, оскільки всі вони вже звикли отримувати необхідну їм інформацію у потрібний час. Таким чином, вони підтримують концепцію свободи Інтернет-простору, яку висловив Дж. Барлоу у своїй «Декларації незалежності кіберпростору» [1].

Важко не погодитися з тим, що сучасні технологічні засоби, у тому числі і виникнення мережі Інтернет, привнесли колосальні зміни і покращили спосіб життя людства. Завдяки їм практично стерлися межі для спілкування, відкрилися нові можливості для того, щоб ділитися досвідом і навчатися, легко та швидко знаходити корисну інформацію. Разом з тим, будь-яке благо можна використовувати як на добро, так і на зло, тому необхідно знайти способи для запобігання і усунення негативних явищ у кіберпросторі.

І тут важливо віднайти золотий баланс між інтересами користувачів та авторів, оскільки без такого існує ризик невдоволення та несприйняття встановлених правил регулювання, а тому і продовження подальшого існування практики обходу закону на шкоду суспільним та економічним інтересам держави.

У контексті цього питання важливо звернутися до історії виникнення авторського права, адже концепції, які були покладені в його основу ще тоді, продовжують бути основою і для сучасного регулювання інституту авторського права. Як відомо, питання про захист авторського права набуло особливої актуальності із появою друкарського верстата, коли людство отримало новий механізм для розповсюдження і отримання інформації [2, с. 22].

Чи не у схожій ситуації ми сьогодні? Ми отримали потужний засіб, який має змогу вміщувати і передавати незліченні потоки інформації. Проте від того, як ми вирішимо виклики, що постали перед нами, буде залежати, наскільки повно ми зможемо використати потенціал нових можливостей.

Повертаючись до книгодрукування, необхідно звернути увагу на певні особливості такого процесу, які досить гостро відчувалися саме на першому етапі запровадження видавництва друкованих матеріалів. Видавцям доводилося вкладати значні суми в придбання папери, у виробництво

друкарських машин, а також в наймання робочої сили, що передбачало авансування коштів, які відшкодовуються від продажу друкованої продукції. У такій ситуації, за відсутності якої-небудь форми охорони від конкурентів, що продають незаконні копії, інвестування у видавничу справу було небезпечною і ризикованою справою, яка часто призводила до розорення підприємців. Йшов пошук забезпечення якої-небудь форми охорони; і вона з'явилася у формі привілеїв та обмежень (для третіх осіб), що надаються і встановлюються владою. Такі привілеї давали виняткові права відтворення і розповсюдження твору протягом певного часу і надавали засоби захисту для здійснення права книговидання за допомогою штрафів, арештів, конфіскацій підроблених копій і стягнення збитків [2, с. 22–23].

Проте якщо розглядати способи публікації і поширення творів у кіберпросторі, таких значних затрат не вимагається, адже не потрібно ні покупки друкарських машин, ні паперу, а потреба у робочій силі значно зменшується завдяки сучасним технологічним засобам, які підвищують продуктивність праці та беруть на себе виконання значної частини задач. Разом з тим, мережа Інтернет пропонує зовсім інші можливості в розповсюдженні творів, оскільки відкриває доступ відразу до багатомільйонної аудиторії. Тому необхідно навчитися використовувати нові можливості, а не обмежувати їх попередніми концепціями, які були діючими і актуальними на початковому етапі становлення авторського права.

Для цього, спочатку необхідно зрозуміти процеси, які відбуваються всередині мережі, у кіберпросторі, і тоді відповідно до цього встановлювати необхідні механізми регулювання. Оскільки лише Інтернет може запропонувати авторам стрімке здобуття популярності завдяки швидкому поширенню їхніх творів, що є невід'ємною частиною інтересів авторів. Тому обмежуючи поширення творів, лімітуємо і нові існуючі можливості для авторів.

З цього приводу О. В. Жилінкова зазначає, що світову комп'ютерну мережу можна розглядати як додаткову технологічну базу для комерціалізації відносин у сфері права інтелектуальної власності, тому що існує безліч позитивних аспектів її існування за умови послідовної, логічної та продуманої реалізації можливостей учасників цивільних правовідносин у світовому кіберпросторі [3, с. 54–55]. І. М. Рассолов також вказує на те, що Інтернет формує новий інформаційний, підприємницький та комерційний простір, пов'язаний з обігом інформації [4, с. 9].

У таких умовах нових можливостей необхідно забезпечити іще один важливий інтерес, який прямо пропорційно залежить від вказаних двох вище (інтереси автора у здобутті визнання та у поширенні його творів) – а саме майновий, чи економічний, інтерес. І мережа Інтернет також пропонує тут нові можливості, які відрізняються лише способами та механізмами його отримання.

Якщо книгодрукування потрібно було обмежувати, щоб забезпечувати інтереси авторів, то обмеження поширення інформації у мережі Інтернет уже не буде ефективним способом забезпечення майнових прав автора. У кіберпросторі вільне поширення інформації потрібно монетизувати, а не обмежувати. Пояснимо, що мається на увазі під монетизацією.

Власники сайтів розміщують на них різноманітну інформацію – контент – без дозволу авторів або правоволодільців із метою отримання економічної вигоди для себе. Цей контент покликаний приваблювати користувачів на певний сайт і забезпечувати його відвідування. Такі сайти беруть участь у різноманітних партнерських програмах, у рамках яких власники сайтів розміщують рекламу або надають місце для її розміщення на своїх веб-ресурсах і отримують відсоток від доходів компаній, що надають рекламні послуги.

Таким чином, дохід власників сайтів прямо пропорційно залежить від кількості відвідувань їх ресурсів користувачами мережі Інтернет, тобто від трафіку. Для збільшення трафіку на свої сайти їх володільці і розміщують інформацію, яка б приваблювала увагу користувачів, спонукала їх переходити на сайти, на яких їм буде показана реклама, що розміщена з метою отримання доходу.

Звичайно, виходить несправедливо, що дохід отримують інші особи завдяки використанню творів авторів без дотримання їх інтересів. Звичайно, можна намагатися обмежити такі процеси. Проте чи не вигідніше буде встановити обов'язок власників веб-сайтів ділитися прибутком із тими авторами, твори яких вони використовують на власних ресурсах?

Дотримання майнових авторських прав у такий спосіб можна забезпечити встановленням законодавчої вимоги відраховувати певний відсоток авторам чи організаціям, які здійснюють колективне управління авторськими правами. Схожий підхід знайшов своє закріплення у ст. 27 Закону України «Про авторське право і суміжні права», якою встановлено право слідування, відповідно до якого автор чи його правонаступники мають право на отримання п'яти відсотків від ціни кожного наступного продажу твору [5].

Контроль за дотриманням цього обов'язку можна покласти на ті самі організації колективного управління авторськими правами, оскільки вони вже реалізують подібні повноваження у зборі винагороди за використання об'єктів авторського права (ст. 42, 49 вказаного Закону); чи на відповідний відділ Національної поліції України, чи на провайдерів Інтернету, чи на усіх перелічених суб'єктів разом, розподіливши між ними відповідні функції і повноваження.

Може бути також і інший спосіб монетизації. Оскільки Інтернет існує як вільний інформаційний простір, у якому користувачі отримують доступ до необхідної їм інформації, можна встановити додаткову плату, яка здійснюється разом із платою за підключення та користування Інтернетом і вноситься користувачами на рахунок провайдерів, які в свою чергу будуть зобов'язані перерахувати отримані кошти на рахунки, наприклад, національного органу інтелектуальної власності, який би вже надалі розподіляв їх між авторами та організаціями управління авторськими правами.

Виходячи з вищенаведеного, під монетизацією пропонуємо розуміти способи отримання економічної вигоди авторами від розміщення, поширення та використання їх творів у мережі Інтернет.

Отже, ми пропонуємо нову концепцію дотримання майнових прав авторів у кіберпросторі завдяки такому процесу як монетизація контенту. У подальшому необхідно конкретно встановити механізм її здійснення,

визначити відповідальні органи, які будуть здійснювати контроль, та способи його здійснення. Однак така стратегія монетизації, замість обмеження, має потенціал набагато краще забезпечити майнові права авторів та принести їм ще одне джерело доходів. Це позитивно вплине на економіку в цілому і ще на крок наблизить нас до європейської інтеграції, у процесі якої вирішення проблеми дотримання авторського права у кіберпросторі в Україні є пріоритетним напрямком, встановленим Угодою про Асоціацію [6].

Список використаних джерел:

1. Barlow J. A Declaration of the Independence of Cyberspace / John Perry Barlow // February 8, 1996 from Davos, Switzerland [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <https://www.eff.org/cyberspace-independence>.
2. Бондаренко С. В. Авторське право та суміжні права / С. В. Бондаренко. – К. : Ін-т інтел. власн. і права, 2008. – 288 с.
3. Жилінкова О. В. Розпорядження правами інтелектуальної власності у мережі Інтернет / О. В. Жилінкова // Юридична Україна – 2011. – № 4. – С. 52–57.
4. Рассолов И. М. Право и Интернет. Теоретические проблемы / И. М. Рассолов – 2-е изд., доп. – М. : НОРМА, 2009–384 с.
5. Про авторське право і суміжні права : Закон України від 23 грудня 1993 року № 3792-ХІІ // Відомості Верховної Ради. – 1994. – № 16. – Ст. 64.
6. Угода про Асоціацію між Україною, з однієї сторони, та Європейським Союзом, Європейським співтовариством з атомної енергії і їхніми державами-членами, з іншої сторони : Ратифіковано Законом України № 1678-VII від 16 вересня 2016 року // Офіційний вісник України. – 2014. – № 75. – Том 1. – Ст. 2125.

Шевченко Н.О., Неживенко В.В.

студенти,

Вінницький торговельно-економічний інститут

Київського національного торговельно-економічного університету

ОСОБЛИВОСТІ ПОНЯТТЯ «КОМЕРЦІЙНЕ НАЙМЕНУВАННЯ» ТА ВИМОГИ ДО НЬОГО

На сьогоднішній день таке поняття як «комерційне найменування» є новим для Українського законодавства. «Фірмове найменування» – саме таку назву носив вище згаданий інститут за чинним раніше законодавством. Цей термін закріплений у міжнародно-правових актах, де Україна виступає безпосереднім учасником, а також в окремих актах законодавства України. З огляду на це, в ст. 420 Цивільного кодексу України, де міститься перелік об'єктів права інтелектуальної власності, згадуються «комерційні (фірмові) найменування». Тобто поняття «комерційне найменування» і «фірмове найменування» розглядаються як синонімічні.

У своїй статті Кеєр Юлія вказує на те, що значення комерційного найменування як засобу індивідуалізації полягає у створенні суб'єктом певної ділової репутації, яка забезпечує попит на товари та послуги, лояльність покупців, конкурентоспроможність в цілому. Через такі властивості