МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
КИЇВСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
ТЕХНОЛОГІЙ ТА ДИЗАЙНУ

О.М. Коваль

АКТУАЛЬНІ ПИТАННЯ ІНТЕЛЕКТУАЛЬНОЇ ВЛАСНОСТІ В УКРАЇНІ

Навчальний посібник

Київ 2023

УДК 347.77.01
К56

Рекомендовано до друку вченою радою Київського національного університету технології та дизайну (протокол №3 від 30 листопада 2022 року).

Коваль О. М.
Актуальні питання інтелектуальної власності в Україні : навч. посіб. / О. М. Коваль. – К. : ФОП Яцута Л., 2023. –140 с.

ISBN: 9781005888756
ISBN: 978-617-8220-12-9 (друк)

У навчальному посібнику розглядаються деякі особливо актуальні питання правового регулювання інтелектуальної власності в Україні. Особлива увага приділена таким малодослідженим темам, як право на публічність та особистий бренд. В посібнику розкриваються можливі варіанти захисту нетипових об'єктів інтелектуальної власності, зокрема голографічних виступів та зображень, що генеруються нейромережами. Посібник створений для студентів, які опановують юридичні знання в рамках програми зі спеціальності 081 «Право», а також для студентів, які вивчають дисципліну «Право інтелектуальної власності» у вищих закладах освіти. Він також буде корисний для всіх, хто працює в галузі культури та мистецтва.

Рецензенти:

Оніщик Ю.В. – доктор юридичних наук, професор, завідувач кафедри приватного та публічного права КНУТД.

Світличний О.П. – доктор юридичних наук, професор, професор кафедри цивільного та господарського права Національного університету біоресурсів і природокористування.

Шатіло В.А. – заслужений юрист України, доктор юридичних наук, професор, завідувач кафедри конституційного та адміністративного права Національного транспортного університету.

УДК 347.77.01

© Коваль О., текст, 2022.
© КНУТД, 2023
© Яцута Л., 2023

Вступ

У сучасних умовах динамічного розвитку виробництва, технологій та бізнесу особливого значення набувають права на результати інтелектуальної діяльності людини. Стрімкий прогрес у світі, трансформація цифрових технологій, поява «метавсесвітів» та удосконалення нейромереж, здатних самостійно генерувати об'єкти інтелектуальної власності, створюють нові виклики для юристів, які спеціалізуються на правах інтелектуальної власності.

Якщо ви — письменник, архітектор, дизайнер, поет або художник, твір, створений вами — чи то книга, вірш, малюнок, дизайн чи вишивка — є вашою інтелектуальною власністю і предметом авторського права. У сучасному світі значно зросла частка креативних індустрій та професій, пов'язаних з творчістю, що виробляють результати творчої діяльності.

Ці процеси вимагають нового підходу до правової оцінки і захисту інтелектуальної власності. Недостатньо обмежуватися традиційними уявленнями про авторство, власність та захист, адже вони не завжди адекватно відображають реалії сучасного світу, де машини здатні створювати оригінальні твори, а віртуальні простори мають реальний вплив.

Так, в роботі юристів з інтелектуальною власністю все більше з’являється питань про власність та авторство творів, що створені штучним інтелектом. Чи можна вважати машину автором? Як захистити права на твори, що виникають в метавсесвітах? Ці та інші питання потребують вивчення та нових юридичних рішень.

Також у контексті розвитку креативних індустрій та професій, пов’язаних з творчістю, стає все більш

актуальним питання про забезпечення справедливого винагородження авторів та захисту їх прав від незаконного використання. У цьому напрямку потрібна активна юридична робота, наприклад, в сфері регулювання договорів про авторські права, вдосконалення системи реєстрації та захисту об'єктів інтелектуальної власності, боротьба з піратством та незаконним копіюванням.

Насправді ж людина продукує інтелектуальну власність щодня. Особливо популярними майданчиками для цього стали соціальні мережі. Та саме через стрімке зростання попиту на продукти інтелектуальної діяльності постали проблеми захисту цього продукту, особливо в мережі Інтернет. Застарілі та повільні засоби вже не виправдовують поставленої мети та не встигають за динамічними змінами ринку. На діаграмі наведено розподіл прибутку між товарами, що вважалися найприбутковішими (рис.1). Зверніть увагу, що ліки (лікарські засоби та медичні вироби) відносяться до об'єктів патентного права як промислові зразки.

Слід підкреслити, що протягом останнього десятиліття в Україні відбувався досить інтенсивний процес становлення системи охорони інтелектуальної власності. На сьогодні система органів регулювання сфери охорони інтелектуальної власності в Україні перебуває в завершальній фазі формування і вже здатна виконувати свої основні функції.

Створення в судовій системі окремого спеціалізованого суду з розгляду спорів у сфері інтелектуальної власності є позитивним зрушенням та цілком відповідає загальносвітовій тенденції покращення механізмів правової охорони інтелектуальної діяльності.

Водночас досі існують прогалини в законодавстві, що зменшують цілком позитивне враження від розпочатої реформи та потребують вирішення.

Рисунок 1 - Розподіл прибутку між товарами, що вважалися найприбутковішими

Процес формування системи охорони інтелектуальної власності в Україні, незважаючи на свою інтенсивність та значні досягнення, все ще має ряд проблем, які підсилюються в умовах стрімкого розвитку цифрових технологій та метавсесвітів.

Одним із ключових напрямків для подальшого вдосконалення системи є покращення законодавчої бази, враховуючи глобальні тенденції і потреби сучасного суспільства. Необхідно оновити і уточнити норми, що регулюють діяльність у сфері інтелектуальної власності, враховуючи нові

форми і методи творчої діяльності, які стали можливими завдяки цифровим технологіям.

Важливою є розробка ефективних механізмів контролю за дотриманням прав на інтелектуальну власність у метавсесвітах, що є новим і поки що слабко регульованим простором. Тут має бути знайдено баланс між свободою творчості та захистом прав авторів.

Також необхідно посилити роль та повноваження спеціалізованого суду з розгляду спорів у сфері інтелектуальної власності, надавши йому більше можливостей для ефективного вирішення спорів, включаючи спори міжнародного характеру.

Попри виклики, процес формування системи охорони інтелектуальної власності в Україні продовжується, і можна сподіватися, що в майбутньому Україна зможе належно захистити права своїх творців і внести свій вклад у глобальну культуру і науку.

У цьому навчальному посібнику приділено увагу таким малодослідженим питанням, як право на публічність. Розглянуто можливі варіанти захисту нетипових об'єктів інтелектуальної власності, зокрема голографічних виступів, доменного імені.

Вступ до інтелектуальної власностіможна переглянути за посиланням

1. Правове регулювання права на публічність.

«Right of publicity» (буквальний переклад – «право на публічність»), відоме як «права особистості» (іноді «personality rights»), представляє собою правовий феномен, який, на жаль, не отримав належної уваги в українському законодавстві.

Права особистості («personality rights» у множині) надають можливість захистити зображення та подобу особи, реальний або вигаданий унікальний сценічний образ (характерну гру на сцені, унікальну манеру говорити, співати, танцювати, особливі риси характеру та поведінки тощо).

У широкому розумінні, «personality rights» – це право кожної людини контролювати комерційне використання своєї особистості. В епоху зростання впливу «лідерів думок», професійний імідж та особистість людини перетворюється на прибутковий актив, який має значну комерційну цінність.

Знаменитості, зокрема відомі спортсмени, кінозірки, блогери, заробляють великі суми грошей, продаючи своє ім'я, образ, голос або подобу для реклами товарів та послуг. Оскільки «слава» має значну економічну цінність, знаменитості та їх представники шукають шляхи посилити, максимізувати та захистити від порушень свій імідж. Одним з основних способів це зробити є право на публічність.

WEBFX проводив дослідження «вартості популярності» та склав таблицю вартості залучення публічної особистості у рекламні процеси (рис. 2).

Рисунок 2 - Вартість залучення публічної особистості
у рекламні процеси

Як правило, право на публічність порушується, коли інша особа або організація привласнюють комерційну вартість особистості, використовуючи без згоди ім'я, подобу або інші характерні риси особи для торгівлі чи реклами. Незважаючи на те, що найефективнішим засобом проти порушення права на публічність є вжиття запобіжних заходів, іноді може бути доречно вимагати відшкодування завданих збитків. Однак слава, імідж чи особистість не мають наперед встановленої вартості. Калькуляція має відбуватися в кожному конкретному випадку.

Поняття та зміст: Право на публічність – це право, що належить до сфери інтелектуальної власності, визнане законодавством багатьох держав. Воно дає змогу контролювати комерційне використання даних персони, пов'язаних з її особистістю (зображення, голос, постать, хода, манеризми) та відшкодувати збитки в суді за використання цих даних без належного дозволу.

Кожна людина є володарем таких прав, як право на життя, право на недоторканність та повагу до своєї особистості, свого імені, репутації та приватного життя. Ці права є невідчужуваними.

Нещодавно, за волевиявленням Р. Вільямса, було заборонено будь-яке використання його образу протягом наступних 25 років після його смерті [1]. Це спричинило хвилю нової популярності в наукових колах теми правового регулювання права на публічність, правових обмежень та свободи розпорядження таким правом.

Деякі держави визнають право на публічність як аспект конфіденційності, інші вважають його природним правом та включають до сфери права на недоторканність приватного життя. У подальшому ми вживатимемо терміни «право на публічність» – «right of publicity» та «права особистості» – «personality rights» як синоніми.»

Переважно, право на публічність спрямоване на регулювання комерційного використання професійного образу та особистості «селебрітіс» (відомих та публічних людей, лідерів думок, зірок). Нерідко відомі спортсмени заробляють саме на продажах свого імені, зображення, голосу для реклами товарів та послуг великих компаній. Таким чином, їхній публічний образ та певні характеристики стають прибутковим ринковим товаром, обіг якого необхідно урегулювати законодавчо та захистити від можливих порушень.

Тому право на публічність у західних країнах давно стало надійним механізмом захисту або першою ланкою у складному процесі захисту порушених «personality rights». У широкому розумінні, права на публічність – це право кожної людини контролювати комерційне використання своєї особистості (ім'я, зображення, псевдонім, сценічний образ та всі елементи, що його утворюють) [2].

Право на публічність є ширшим від права захисту сценічного образу та охоплює всі його ключові елементи. Воно також передбачає розумні виключення, пов'язані з публічними діячами та правами ЗМІ розкривати інформацію про їхню діяльність.

Поглянемо на історію цього поняття. Ще у 1888 році суддя Т.М. Коулі говорив про право «лишатися в спокої» [3], маючи на увазі право особи тримати приватне життя в таємниці та заперечувати проти його розголошення. Уоррен і Брандейс вважали це право основою людської гідності і висловлювали стурбованість тим, що «фотографії у газетах вторглися в священну сферу приватного та домашнього життя, а численні механічні пристрої загрожують втілити старе прислів'я, «те, що шепочеться у шафі, буде оголошено з даху будинку»» [4, с. 133].

Вони підкреслювали необхідність захисту прав особистості від пліток та пересудів суспільства. Проте, це правоне було визнано судовою практикою одразу. Один з найвідоміших невдалих випадків спроби його впровадження - це справа «Roberson v. Rochester Folding Box Co.» [4, с. 133–134].

У цій справі, компанія «Rochester Folding Box Co.» створила літографічний відбиток і фотографію молодої дівчини, та поширила приблизно 25 000 рекламних плакатів з її зображенням по всьому місту, щоб рекламувати свою продукцію. Дівчина подала скаргу, у якій вимагала негайно припинити друк та розповсюдження плакатів, а також відшкодувати збитки в розмірі 15 000 доларів.

Суд, однак, відхилив скаргу, мотивуючи це відсутністю аналогічних прецедентів. Це, напевно, був перший випадок незаконного використання зображення особи в рекламі, що порушило право на публічність. Справедливий прецедент з'явився лише через два роки.

Але які ж бувають порушення права на публічність? Найчастішими є випадки, коли використовують деякі дані (наприклад, зображення, образ, голос) без відповідного дозволу особи з комерційними цілями.

В українській практиці є приклад такого порушення. Це справа № 369/9557/15 від 21.01.2016 р. Виробник квасу використав зображення «Вєрки Сердючки». Цей сценічний образ був використаний без дозволу його автора (власника). Суд встановив, що «Вєрка Сердючка» має ознаки об'єкта авторського права <…> Персонаж та сценічний образ «Вєрки Сердючки» є самостійною частиною музичних, сценічних та аудіовізуальних творів позивача, а відтак, є окремим твором і підлягає охороні на підставі норм законодавства про авторське право» [5].

На жаль, у цьому рішенні Суд використав як синоніми поняття «персонаж» та «сценічний образ». Також він залишив відкритим питання щодо належності «права на публічність» (як і загалом його існування) до сфери права інтелектуальної власності чи майнових прав. Єдине, що Суд чітко вказав, – це те, що «персонаж» є самостійною частиною аудіовізуального твору і на нього поширюється правова охорона авторського права. Отже, в рішенні «сценічний образ» та «персонаж» були розглянуті як тотожні явища, що однозначно належать до сфери права інтелектуальної власності. Дуже шкода, що судова практика та законодавство України значно відстали від практики європейських судів.

Але що і як захищає право на публічність? Зміст права на публічність відрізняється залежно від правової системи, законодавства країни, а в США – навіть від штату, де надається захист

від порушення. Наприклад, в Нью-Йорку захищаються ім'я, голос, підпис, фотографія або подоба особи. В Індіані ж надається найширший захист, що охоплює «майновий інтерес особистості»: його імені, голосу, підпису, фотографії, зображення, подоби, виразний зовнішній вигляд, жести та манери [6].

Суперечка щодо права на публічність починається вже з моменту визначення: чи це самостійне право, чи все ж складова частина? Чи право на публічність є природним правом? Справа в тому, що не існує уніфікованого підходу до права на публічність. Зазвичай вважається, що права особистості складаються з двох прав: 1) право на комерційне використання, або право запобігати комерційному використанню свого зображення і подоби без дозволу або певної компенсації, що схоже (але не ідентичне) з використанням товарного знака; 2) право на недоторканність приватного життя, або право «бути в спокої» і не допускати публічного представлення своєї особистості без дозволу.

У державах загального права право на публічність, як правило, входить до сфери конфіденційності, регулювання реклами та деліктного права. Судова практика США значно розширила зміст права на публічність.

У Великобританії не існує окремого захисту особистості людини. На практиці зазвичай надається правовий захист права на публічність сановників та захист образу відомих осіб (селебрітіс).

Навпроти, у більшості юрисдикцій континентального права є спеціальні положення Цивільного кодексу, які захищають зображення людини, особисті дані та, як правило, іншу особисту інформацію.

З цих загальних прав, зосереджених на недоторканності приватного життя, виняток робиться для роботи з громадськими діячами (право висвітлювати їхню діяльність у новинах).

Однак жоден із відомих засобів не є ефективним у випадку захисту права на публічність померлої особи (actio personalis moritur cum persona). Наприклад, у країнах загального права неможливо захистити від наклепу особу, що померла, оскільки можливість отримати захист зникає разом з людиною (приклади реабілітації померлих не розглядаються) [7].

На відміну від більшості юрисдикцій загального права, у континентальному праві право на публічність, як правило, передається у спадок. Таким чином, можна подати позов проти того, хто втручається в приватне життя померлого родича, якщо, наприклад, певна публікація ганьбить пам'ять про людину.

Втім, хоча право на публічність у континентальному праві може передаватися у спадок, це не завжди означає, що суди автоматично надають захист пам'яті померлих. Розгляд кожного окремого випадку вимагає багато факторів, включаючи, але не обмежуючись, відомість особи, характер та контекст публікації, а також міру її втручання в особисте життя.

Особливі труднощі можуть виникнути, коли спадкоємці намагаються забезпечити захист від комерційного використання образу померлого. Це особливо актуально для сімей відомих особистостей, образ яких часто використовується в рекламі або мерчандайзингу без їхньої згоди.

У деяких юрисдикціях, наприклад, у Франції, права особистості не можуть бути передані або продані, і тому захист від комерційного використання образу померлого може бути обмеженим.

У цьому контексті багато юрисдикцій продовжують боротися з визначенням правильного балансу між захистом прав особистості та свободою вираження. Це особливо важливо у випадках, коли образ померлої особи використо-

вується в контексті історичного висвітлення, біографічних творів або культурного спадку.

Це підкреслює складність та спірність питань, що стосуються права на публічність та його захисту, в різних юрисдикціях по всьому світу. Розглянемо лише декілька найбільш цікавих прикладів захисту права на публічність.

В Британській Колумбії можна подати позов про «привласнення» особистості, що означає винне присвоєння людиною особистості, імені, образу, голосу іншої людини, що завдала певну шкоду, або ж це було здійснено з комерційною метою. Для отримання захисту позивач має пройти процедуру ідентифікації. Право на пред'явлення позову про привласнення особистості анулюється в разі смерті особи, чиє особисте життя було порушено.

Існують також виключення, коли привласнення особистості буде цілком законним: (а) якщо позивач дав згоду на використання своєї особистості; (б) використання особистості позивача було випадковим під час здійснення законного права на захист особистості або власності; (в) використання було дозволено або потрібне відповідно до законодавства провінції або судом; (г) це була дія миротворця, який діяв, виконуючи свої обов'язки.

Загальним правом, Канада визнає обмежене право на публічність. Вперше воно було визнано в 1971 році в Онтаріо в рішенні по справі Кроуз проти Chrysler Canada Ltd. В цьому випадку суд визнав, що якщо особистість має ринкову вартість, то існують підстави для позову про присвоєння особистості. Пізніше це право було розширено в справах, де суд визнав, що право особистості включає також зображення та ім'я.

Унікальним та цікавим для вивчення є Закон № 771 «Про права знаменитостей» («Dead Celebrities Bill»), прийнятий у Калі-

форнії [4, с. 143]. Цей нормативний акт захищає права спадкоємців покійних кінозірок, музикантів, спортсменів та інших відомих особистостей на комерційне використання їхніх зображень.

Попередньо в рішенні Верховного суду Каліфорнії в 1979 році було встановлено, що права особистості померлого не можуть перейти до його спадкоємців [4, с. 143].

Отже, засади права на публічність, за цим Законом, такі:

– зображення мають ту комерційну цінність, яку вони мали на момент смерті правоволодільця;

– будь-яка особа, що використовує «ім'я, голос, підпис, фотографію або зображення» особистості на продуктах, товарах або в них без попередньої згоди, зобов'язана відшкодувати шкоду та втрачений прибуток у результаті несанкціонованого використання.

– попередню згоду може бути надано тільки особами, яким було передано такі повноваження за контрактом або заповітом;

– право на публічність може бути передано по спадку або відчужено шляхом встановлення контракту;

– у разі смерті знаменитості, право на публічність переходить до спадкоємців, якщо вони його активно використовують.

Ці норми дозволили родинам кінозірок, музикантів, спортсменів та інших знаменитостей ефективно захищати їхні права і вимагати відшкодування від незаконного використання їхніх образів. Однак це не обмежується лише знаменитостями, оскільки закон також захищає індивідуальні права всіх громадян Каліфорнії.

Проте варто пам'ятати, що попри всі ці законодавчі механізми захисту, є різні виключення і обмеження щодо права на публічність, включаючи виключення, пов'язані з першою поправкою до Конституції США (свобода слова), а також виключення для новин, публічних історій, художніх та літературних творів.

Це демонструє, що навіть в юрисдикціях, де існує сильний захист права на публічність, досі існує напруженість між цими правами та іншими важливими соціальними інтересами.

Цікаво, що літературні, музичні, аудіовізуальні твори, радіо- або телепрограми, а також реклама або комерційне оголошення будь-якого з творів не вважаються товаром.

Термін захисту права на публічність становить 70 років після смерті особи (власника прав).

У Франції право на зображення вперше було визнане у 1858 році. Однак суди досі не визнають, що права особистості можуть бути успадковані, оскільки вони вважаються недійсними після смерті особи [8].

У Німеччині, починаючи зі справи Марлен Дітріх, було визнано права на публічність.

А чи існує право на публічність в Україні?

Право особистості досі не врегульоване в українському законодавстві. Деякі засади права на публічність відображені в ст. 8 Закону України «Про рекламу», де зазначається, що забороняється використовувати зображення фізичної особи або її ім'я без письмової згоди цієї особи в рекламі (тобто з комерційною метою).

У разі порушення, захистити своє право можна, звернувшись до суду з позовами про заборону відповідної реклами та її публічне спростування (ч. 2 ст. 27) [9].

Виробники реклами, у разі порушення прав третіх осіб у процесі виготовлення реклами, зобов'язані сплатити штраф у порядку, встановленому Кабінетом Міністрів України [10].

Образ людини не є об'єктом права інтелектуальної власності. Єдиний шлях захисту права на публічність в українських судах – довести, що сценічний образ є окремим твором, а отже, останній підлягає охороні як об'єкт права інтелектуальної власності.

Тут можна послухати про публічні права англійською мовою (An Introduction to Publicity Rights).

ЛІТЕРАТУРА ДО ТЕМИ:

1. Eriq Gardner, Robin Williams Restricted Exploitation of His Image for 25 Years After Death. The Holywood reporter, March 30, 2015. URL: https://translate.google.com/translate?hl=uk&sl=auto&tl=uk&u=http%3A%2F%2Fwww.hollywoodreporter.com%2Fthresq%2Frobinwilliamsrestrictedexploitationhis785292&anno=2&sandbox=1

2. Thomas McCarthy, The right of Publicity and privacy 2nd edition 2000, 1:3 at 12.1.

3. Thomas M. Cooley, A Treatise on the Law of Torts or the Wrongs Which Arise Independent of Contract, Callaghan and Company, 1879. URL: https://repository.law.umich.edu/books/11/

4. Matthew Savare The Price of Celebrity: Valuing the Right of Publicity in Calculating Compensatory Damages. UCLA Entertainment Law Review, 11(1). 2004. P. 129–191.

5. Рішення КиєвоСвятошинського районного суду Київської області від 26.01.2016 р. URL: https://reyestr.court.gov.ua/Review/55438350

6. Neal H. Klausner Sara l. Edelman Right of Publicity Claims. Expert Q&A, April/May 2017. Practical Law, 2017. PP. 16–19. URL: https://www.dglaw.com/images_user/newsalerts/Klausner_Edelman_Expert_QnA_Right_of_Publicity.pdf

7. F.P. Walton Actio personalis and the french law. Journal of Comparative Legislation and International Law. Vol. 18, No. 1 (1936). Pp. 40–59. URL: https://www.jstor.org/stable/754046?seq=1

8. Le droit a l'image des morts. URL: http://www.muriellecahen.com/publications/imagemort.asp

9. Про рекламу: Закон України. Відомості Верховної Ради України. 1996. № 39, ст. 181. URL: https://zakon.rada.gov.ua/laws/ show/270/96%D0%B2%D1%80#Text]

10. Про затвердження Порядку накладення штрафів за порушення законодавства про рекламу : Постанова КМУ № 693 від 26 травня 2004 р. URL: https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/6932004%D0%BF

2. Способи захисту комерційної таємниці підприємства за законодавством України.

В чинному законодавстві України врегульовано поняття комерційної таємниці, однак визначення секрету виробництва відсутнє, хоча існує згадка про змістовно схожий правовий інститут - «ноу-хау». Це призводить до різних трактувань судами понять секрету виробництва та «ноу-хау», що суттєво ускладнює їх застосування на практиці та захист.

Ми пропонуємо розуміти під секретами виробництва відомості будь-якого характеру, зокрема відомості про результати інтелектуальної діяльності, які мають дійсну або потенційну комерційну цінність, і до яких у третіх осіб немає вільного доступу.

Термін «ноу-хау», який дослівно перекладається як «знати як», з'явився в світовій практиці лише у XX столітті [1]. В режимі «ноу-хау» зазвичай функціонує технічна інформація, а також патентоспроможні (але не запатентовані) винаходи. Це поняття згадується у Податковому кодексі України [2], Законі України «Про державне регулювання діяльності у сфері трансферу технологій» [3], Концепції проекту Закону України «Про охорону прав на комерційну таємницю», розпорядженні Кабінету Міністрів України від 5 листопада 2008 р. N 1404р [4], та Законі України «Про інвестиційну діяльність» [5].

Також з «ноу-хау» отримав розповсюдження термін «tradesecret» (діловий секрет), що вказує на інформацію, яку юридична або фізична особа, маючи в своєму розпорядженні, зберігає для себе, для власного користування.

Цивільний кодекс України в главі 46 присвячує виключно право інтелектуальної власності на комерційну таємницю [6].

Відповідно до статті 505 ЦК, комерційною таємницею вважається інформація, яка є секретною, тобто не є легкодоступною для осіб, які звичайно мають справу з таким видом інформації, і в зв'язку з цим вона має комерційну цінність.

Загалом, майнові права інтелектуальної власності на комерційну таємницю належать особі, яка правомірно визначила інформацію як комерційну таємницю (Ст. 506 ЦК) [6].

Можливі способи використання комерційної таємниці включають: договір комерційної концесії (Глава 76 ЦК) [6], договір комерційної субконцесії (ч. 1 ст. 1109 ЦК), договір про передачу (відчуження) виключних майнових прав на комерційну таємницю (ноу-хау) (ст. 507 ЦК) [6].

Механізм захисту комерційної таємниці складається з трьох основних елементів: організаційних заходів, технічних заходів, та правових заходів [8].

Організаційні заходи захисту інформації передбачають обмеження доступу до відомостей. Технічні заходи захисту інформації — це використання спеціальних програм та обладнання, які забороняють перегляд і/або копіювання важливої електронної інформації. Правові заходи включають наступні документи, складені на підприємстві: статут організації (де прописано про запровадження режиму комерційної таємниці); засновницький договір; колективний договір; внутрішнє положення компанії «Про комерційну таємницю і правила її збереження»; інструкції щодо дотримання працівниками режиму нерозголошення комерційної таємниці; угода про нерозголошення комерційної темниці, тощо.

При встановленні режиму комерційної таємниці, керівник видає обов'язковий наказ і затверджує перелік відомостей, які становлять комерційну таємницю. При прийомі на роботу нового працівника, рекомендовано укласти трудовий договір у письмовій формі, в якому окремим пунктом

буде передбачено обов'язок працівника щодо нерозголошення комерційної таємниці та санкції, які застосовуються у разі порушення цього обов'язку.

Обов'язок про нерозголошення вважається зміною істотних умов праці. Про такі зміни працівника мають повідомити не пізніше ніж за два місяці. Якщо працівник відмовляється продовжувати роботу в нових умовах, трудовий договір припиняється відповідно до пункту 6 статті 36 КЗпП [9].

Деякі підприємці намагаються включити в договір (контракт) застереження про неконкуренцію, яке визначає заборону працювати в організаціях зі схожим профілем діяльності протягом певного терміну. Такі умови включати у трудовий договір в Україні заборонено.

Ще одним способом захисту комерційної інформації може бути підписання окремих угод про конфіденційність з окремими співробітниками, а також взяття розписки на оригінал матеріального носія комерційної таємниці при її передачі третій особі.

Якщо незважаючи на виконання всього алгоритму дій, відомості все одно виявилися вкрадені чи розкриті, що робити?

За розголошення комерційної таємниці законодавство передбачає дисциплінарну, матеріальну (у межах трудових відносин), адміністративну, цивільно-правову, та кримінальну відповідальність.

Порушення трудової дисципліни може привести до таких санкцій як догана або звільнення (ст. 147 КЗпП). Звільнення може бути застосоване до керівника підприємства (філіалу, представництва, відділення, та інших відокремлених підрозділів), його заступників, головного бухгалтера підприємства (ст. 41 КЗпП).

Для застосування дисциплінарної відповідальності, це слід прописати в положенні «Про комерційну таємницю підприємства».

Адміністративна відповідальність покладається в межах ч. 3 ст. 1643 Кодексу України про адміністративні правопорушення і полягає у накладанні штрафу від дев'яти до вісімнадцяти неоподатковуваних мінімумів доходів громадян.

Є можливість відшкодування збитків, що виникли внаслідок неправомірного збирання, розголошення та використання комерційної таємниці, у порядку цивільно-правової відповідальності (ст. 24 Закону «Про захист від недобросовісної конкуренції»).

Кримінальна відповідальність за розголошення комерційної таємниці працівником встановлена статтею 232, а за збирання інформації, що становить комерційну таємницю, - статтею 231 Кримінального кодексу України.

Рекомендується використовувати всі зазначені методи захисту одночасно, що гарантує їх ефективність та забезпечує підприємство від втрати важливої інформації.

Втім, судова практика у справах про комерційну таємницю нерідко виявляється невтішною, оскільки притягнення до матеріальної відповідальності колишніх працівників є завданням вкрай складним.

Найбільш ефективними методами захисту комерційної таємниці залишаються превентивні заходи: укладення трудових договорів (контрактів) з працівниками, чітка кадрова політика на підприємстві, а також встановлення надійної (трьох ступеневої) системи технічного захисту інформації.

Рисунок 3. Найвідоміші торгові марки.

Історія походження інтелектуальної власності.

ЛІТЕРАТУРА ДО ТЕМИ:

1. *Іванова В.В. Дослідження теорії поняття інновації. С. 1-8. URL: http://akademperiodyka.org.ua/docs/Posylannia.pdf*
2. *Податковий кодекс України: Відомості Верховної Ради України (ВВР). 2011. № 1314. № 1516. № 17. ст.112.URL: https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/275517*
3. *Про державне регулювання діяльності у сфері трансферу технологій: Закон України . Відомості Верховної Ради України (ВВР). 2006. № 45. ст.434). URL:https://zakon.rada.gov.ua/ laws/show/14316*
4. *Концепція проекту Закону України «Про охорону прав на комерційну таємницю».URL: https://zakon.rada.gov.ua/laws/ show/14042008%D1%80*
5. *Про інвестиційну діяльність: Закон України. Відомості Верховної Ради України (ВВР), 1991, N 47, ст.646. URL:https:// zakon.rada.gov.ua/laws/show/156012*
6. *Цивільний кодекс України. Відомості Верховної Ради України (ВВР), 2003, №№ 4044, ст.356.URL: https://zakon. rada.gov.ua/laws/show/43515*
7. *Про перелік відомостей, що не становлять комерційної таємниці: Постанова КМУ №611 від 09.08.1993 р. URL: https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/61193%D0%BF*
8. *Що таке комерційна таємниця і як її захистити? URL: http://www.bankchart.com.ua/biznes/upravlinnya_biznesom/ statti/scho_take_komertsiyna_taemnitsya_i_yak_yiyi_zahistiti*
9. *Кодекс законів про працю України.URL: https://zakon.rada. gov.ua/laws/show/32208*

3. Деякі проблеми створення і використання голограми людини

У наш час стрімкого розвитку цифрових технологій, голограми померлих співаків та віртуальні люди вже не є чимось надзвичайним. Неспинна цифрова еволюція суспільства породжує нові правові явища та вимагає змін чинних та застарілих норм законодавства. Однак виникає логічне питання, кому належать майнові права на створені або виконанні голограмами літературні та аудіовізуальні твори? Родичам померлого, компаніям власникам голограми, великим рекординговим компаніям?

Сучасна технологія дозволяє голографічно відтворювати мертвого виконавця в цифровій формі. Така копія може виконати відомі твори або заспівати нові оригінальні та невідомі пісні. Виступ голограми Тупака Шакура у квітні 2012 року став найвідомішим прикладом, втіленням ідеї повернення померлих музикантів, знаменитостей та інших публічних особистостей.

З технічної точки зору, цей виступ є голографічною ілюзією, однак справжні голограми дійсно існують і часто використовуються в нашому повсякденному житті: на значках, грошах, посвідченнях особи. Голографічне зображення – це запис на двовимірній поверхні певного зображення (інформації) за допомогою відповідних середніх та сильних лазерів. Фундаментальні технічні відмінності між голограмами та голографічними ілюзіями для споживача не мають жодного значення, оскільки ефект трьох вимірності зображення здається ідентичним. Томув цій статті автор буде розглядати ці технології разом.

Голографічні виступи породили ряд правових колізій та поставили перед вченими всього світу цікаві питання стосовно можливого порушення інтелектуальної власності та права особистості, що захищає ім'я, подобу, голос і маньєризм публічної особи. Незрозуміло також, які правові

засоби захисту інтелектуальної власності померлої особи можна застосувати, щоб оскаржити створення та використання голограм. Чи може бути, що голограма – це новий та унікальний об'єкт, що потребує обов'язкового закріплення на законодавчому рівні?

У квітні 2012 року померлий репер Тупак Шакур «повернувся» на сцену через 16 років після смерті та виступив на фестивалі музики та мистецтва Коачелла в Каліфорнії шляхом створення голографічного відтворення його образу, голосу та подоби. Фредді Мерк'юрі «виступив» на відкритті Олімпійських ігор в Лондоні у 2012. Майкл Джексон продемонстрував легендарну «місячну ходу» на церемонії нагородження Billboard Music Awards 2014. Він з'явився для виконання пісні «Slave to the Rhythm» з посмертного альбому «Xscape».

Легендарний шведський гурт «ABBA» вирушить у концертний тур вже цього року у вигляді віртуальних аватарів, що представляють групу ABBA 1979 року. На матчі за звання чемпіона Національної футбольної ліги Super Bowl 2018 у США виступала електронна копія Прінса. Компанія CNN оголосила про тур цифрової копії Емі Вайнгаус у 2019 році. Протягом 2019 року лекції в Імперському коледжі Лондона проводитимуть викладачі-голограми.

Всі ці неймовірні концерти, лекції, події стали можливими завдяки сучасним цифровим технологіям. Голограми та використання технологій «відкривають царину можливостей», що виходить за межі простого концерту у прямому ефірі. Однак використання голографічних зображень породжує актуальні проблеми авторського права, права на торговельну марку та підіймає не менш важливі питання права особистості (у контексті дії комплексу особистих немайнових прав після смерті людини).

Рисунок 4. Штучні люди.

Штучний інтелект

Авторське право належить людині

Цифрові інфлюенсери, також відомі як віртуальні люди, є новітнім доповненням до світу маркетингу в соціальних мережах (Aww Inc).

Суд Європейського Союзу у рішенні *C-5/08 Infopaq International A / S v Danske Dagbaldes Forening* зазначив, що авторське право поширюється тільки на роботи, оригінальність яких має відображати власну інтелектуальну творчість автора.

У наш час голограми людей – це не магія, а реальність. Майбутнє, яке скоро ввійде в повсякденне життя. Тому дуже важливо розібрати юридичні аспекти власності голограми, визначити її правове місце серед об'єктів інтелектуальної власності, чітко встановити, хто є власником створених під час виступів голограм – нових об'єктів інтелектуальної власності.

Голографія – це спосіб отримання об'ємних зображень предметів на фотопластинці за допомогою когерентного випромінювання лазера. Голограма фіксує структуру відбитої від зображення світлової хвилі (її амплітуду та фазу). В загальному розумінні голограма – це оптичне інтерференційне зображення, утворене двома когерентними пучками

світла. Голограма містить захисні елементи та вважається ефективним і надійним засобом захисту від підробок.

Досить дивно, що основне використання голограм до тепер не загрожувало захисту авторських прав. Використання голограми як захисної технології існує вже протягом багатьох десятиліть. Вперше вона була використана у 1984 році, коли шотландська віскі «Johnnie Walker» помістила голограму на своїх виробах для боротьби з підробкою. З того часу спостерігається проліферація використання голограм – грошові купюри або документи (посвідчення особи, паспорти, кредитні карти, водійські права, квитки) широко використовуються для захисту від підробок.

Для подальшого дослідження автор пропонує розглядати окремо «голографічне зображення» та «голографічне виконання». Голограма – це голографічне зображення або голографія, оптичне інтерференційне зображення, що створює тривимірне зображення на двовимірному об'єкті. Голограми створюються за допомогою лазерів у фантастичних кольорах веселки, які, здається, мають глибину. Голограми використовуються частіше порівняно з іншими технологіями боротьби з контрафактною продукцією, їх набагато складніше копіювати. Реалізація голограми на захищеному товарі має подвійну захисну функцію: вона виступає і як «інструмент ідентифікації», і як стримувальний засіб.

В регулюванні авторських прав ця подвійність не знайшла юридичного втілення, оскільки голограми – це «інформація про управління правами», яка у широкому розумінні визначається як «будь-яка інформація, надана правовласниками, що ідентифікує твір чи інший об'єкт», і не може розглядатися як технологічні заходи захисту [2]. Голографічне зображення може бути захищене законом про авторські права, якщо воно є оригінальним. Оскільки голо-

грами – це твори, що створюються подібно до фотографії, у широкому розумінні вони можуть вважатися фотографічними творами [5].

Для цього варто внести відповідні зміни в Закон України «Про авторське право і суміжні права», додати класифікацію фотографічних творів, де закріпити поняття голограми. Однак, чи можуть голограми бути прирівняні до «фотографій»? На відміну від фотографії, де нерухоме зображення безпосередньо видно у всій його формі, голографічне зображення не є безпосередньо видимим і відтворюваним у всіх його вимірах. В іноземній судовій практиці прецедентно встановлено, що навіть інтерактивні твори, комп'ютерні ігри та інші рухомі об'єкти вважаються зафіксованими та підлягають захисту як об'єкти авторського права [2].

Голографічне зображення, що повністю або частково відтворює форму оригінального зображення (фотографії, фільму, дизайну, малюнку тощо), є порушенням авторських прав. Тут логічно застосовувати класичні норми законодавства про авторське право. На сьогодні жодної прецедентної практики з цього приводу немає. Однак, голограми співаків – це не голографії в звичайному розумінні слова, а ілюзія, точніше – двовимірна проекція.

Технологія, використана для концерту Тупака, була відома людству ще на початку 19 століття. Фактично, ця технологія заснована на дуже старій техніці, що називається «привид Пеппера». Двовимірне зображення проєктується за допомогою запатентованої 3D системи голографічної проєкції Musion Eyeliner, яка потім створює ілюзію тривимірного зображення [8]. Тобто, це скоріше голографічна реплікація або голографічний виступ, ніж спосіб відтворення зображення та даних через специфічний шлях застосування різних технічних засобів (процес, а не результат). Окрім го-

лографічних реплікацій померлих музикантів та співаків, ця технологія могла б у майбутньому відтворити інших відомих діячів минулого.

Для зручності дослідження я пропоную називати трьохвимірні захисні знаки для товарів та послуг «голограмами», а явище використання образів живих людей у трьохвимірних голограмах-ілюзіях – «голографічними реплікаціями» або «голографічними виступами».

Голографічні реплікації померлих породжують три основні дилеми в праві інтелектуальної власності: в авторському праві, в правовому регулюванні товарного знаку і «right of publicity» (праві публічної особи або праві особистості) [2, с. 113]. У переліку об'єктів авторського та суміжного права відсутнє голографічне виконання (стаття 420 Цивільного кодексу України). Однак, цей перелік не є вичерпним. За вимогами ст. 5 Закону «Про авторське право і суміжні права» голографічне виконання можна було б віднести до «інших творів». Згідно з положеннями цього Закону, автору або іншій особі, яка має авторське право, належать виключні права на використання твору в будь-якій формі і будь-яким способом (ст. 14). Тут виникає питання, чи є «голографічне виконання» оригінальним твором, складною комп'ютерною програмою, яка є частиною авторського права, або це виконання, тобто об'єкт суміжного права. Важливо зауважити, що образ людини (манера спілкування, рухи, унікальна лексика та інше) не є об'єктом права інтелектуальної власності.

Можна припустити, що голографічне виконання, з точки зору законодавця, може бути вважене публічним виконанням твору, хоча в такому випадку відсутній виконавець. Можна припустити, що виконавцем буде особа, що «грає роль» реплікації, тобто актор, що імітує рухи померлого

співака. Безумовно, голограма як комп'ютерна програма є об'єктом авторського права, але це не вичерпує питання, адже голограма скоріше процес, ніж матеріальний об'єкт.

Голографічний процес «реплікації» має на меті оживити померлого не як особистість, а як актора. Так, фізичні аспекти людини, як-то його голос, манера спілкування, жести та рухи, не підлягають захисту авторського права, але для створення голографічного виступу потрібно відтворити специфічну міміку, нотки голосу та емоційну реакцію актора з різних виступів, фільмів та фотографій [10]. Отже, голографічні виступи є складними творами, які створюються поєднанням та синтезом образів та звуків з різних доступних джерел [8].

Для створення голографічного виконання, творець повинен отримати дозволи від різних правовласників, включаючи авторів музики, власників прав на хореографічні твори, власників прав на записи відомих виступів або фільмів. Відтворення зображень в загальному вигляді можна вважати «цитуванням», де відтворюється лише частина твору.

Проте, якщо це «цитата», то чи дійсно потрібно отримувати дозволи для створення голографічного виступу? У прецедентній практиці Франції, наприклад, встановлено, що відтворення частини зображення з фотографії неминуче завдає шкоди оригінальній роботі, що є порушенням авторського права на недоторканність твору [1]. Використання реальних творів для створення голографічного виступу може також порушувати право виконавців на недоторканність їхнього виконання. Голографічне виконання та- кож може суперечити бажанням самого виконавця щодо посмертного використання його образу. Чи є це порушен-

ням, залежить від обмежень авторського права в конкретній країні [8].

Одним з ефективних механізмів захисту від небажаних голограм є реєстрація власного імені як торгової марки, оскільки для комерційного використання імені виконавця часто потрібно отримати дозвіл. Таким чином, основним випробуванням для творців голограм буде збір всіх необхідних дозволів та оформлення всіх ліцензій. Часто право власності на інтелектуальну спадщину виконавця поділене між численними правовласниками IP.

Голографічний виступ — це процес створення унікального тривимірного виконання, базованого на існуючих об'єктах авторського та суміжного прав, створених ще за життя виконавця. Проте, голографічний виступ померлої знаменитості вважається абсолютно оригінальним твором з новим змістом. Як буде визначено право інтелектуальної власності, якщо голографічне зображення співака використовуватиметься не як музиканта-виконавця, а як актора, зважаючи на те, що він за життя ніколи не з'являвся у виставах? В такій ситуації, кому належатимуть права на цей новостворений об'єкт?

Розв'язати це питання можливо через правову аналогію, адже чітких законодавчих визначень в таких випадках не існує. Для прикладу, у ситуації з голограмою Тупака, її творці здобули ліцензію від ASCAP на виконану музику під час шоу. Водночас, створена голограма стала оригінальним відтворенням рухів Тупака, а не просто копією його відеозапису з попередніх виступів. Отже, авторські права на цей виступ належать AV Concepts, творцям голограми.

Феномен Міку Хацуне, японської віртуальної співачки, аналогічно ставить питання про приналежність музичних творів у її виконанні. Очевидно, комп'ютерна симуляція

людини не є суб'єктом інтелектуального права. Таким чином, все, що співає Міку, належить авторам пісень (музики, віршів), а її виконання - компанії, яка її створила. Отже, голографічний виступ - це процес, в результаті якого може виникнути новий об'єкт інтелектуального права, що за логікою належить творцям голограми.

Закон «Про охорону прав на знаки для товарів і послуг» надає додатковий захист від небажаних голографічних реплікацій. Публічні особи (зірки шоубізнесу, блогери, співаки та актори) можуть зареєструвати своє ім'я (псевдонім) як торгову марку. Згідно з ч. 2 ст. 5 Закону, об'єктом знака для товарів і послуг може бути будь-яке позначення або комбінація позначень.

Право особистості гарантує найнадійніший захист. Хоча захист авторських прав та прав на торговельну марку забезпечує, що інтелектуальна власність на об'єкт, який належав знаменитості, буде захищено від порушень, право особистості захищає ім'я, подобу, голос і манери публічної особи. Використання голографічних реплікацій породжує питання щодо ефективності захисту права особистості («right of publicity»).

В державах, які визнають право особистості лише для живих людей, складно захистити творчий спадок померлої знаменитості, як і в державах, які взагалі не визнають це право. На жаль, в українському законодавстві право особистості не знайшло належного визнання. Ситуацію треба виправити, адже рано чи пізно сучасні технології голографічних виступів будуть широко застосовані в нашій країні, що може спровокувати порушення прав авторів та інших правовласників. Варто нагадати, що немайнові права автора згідно з вимогами законодавця в спадок не переходять взагалі!

Деякі загальні засади права публічності можна знайти в статті 8 Закону України «Про рекламу», в якій зазначено, що забороняється включати зображення фізичної особи або використовувати її ім'я без її письмової згоди у рекламі (тобто з комерційними цілями). У разі такого порушення, особа може захистити своє право, звернувшись до суду з позовами про заборону відповідної реклами та її публічне спростування (ч. 2 ст. 27). Виробники реклами, які порушують права третіх осіб під час створення реклами, сплачують штрафи в порядку, встановленому Кабінетом Міністрів України, у розмірі в п'ять разів більшому, ніж вартість створення реклами.

Відповідно до статті 308 Цивільного кодексу, фотографія або інші художні твори, на яких зображена фізична особа, можуть бути публічно показані, відтворені або розповсюджені лише зі згодою цієї особи, а у разі її смерті – зі згодою її дітей, вдови (вдовця), а якщо їх немає – батьків, братів та сестер. Згода, яку надала фізична особа, зображена на фотографії або іншому художньому творі, може бути відкликана її ініціативою.

Виникає логічне питання: чи можна вважати голограму фотографією або художнім твором? Положення статті 308 будуть дійсні лише у випадку, якщо законодавчо прирівняти голограми до фотографій. Тому, для вирішення питання про посмертне використання імені особи з комерційними цілями та передачу майнових прав на ім'я, відповідь варто шукати у «right of publicity».

Сучасна технологія дозволяє голографічно відтворити людину з комерційними цілями, наприклад, для виконання відомих або нових художніх творів створеною голограмою. У майбутньому можуть з'явитися нові та складніші голографічні реплікації. Нерегульовані та дискусійні питання щодо

приналежності голограм до об'єктів інтелектуальної власності, їх правова природа та використання повинні бути вирішені в найближчий час шляхом внесення змін до чинного законодавства про інтелектуальну власність. Хоча Закон України «Про авторське право і суміжні права» захищає деякі аспекти голографічних виступів померлих митців, поточні законодавчі норми регулюють це питання лише через аналогію з різними об'єктами інтелектуальної власності.

Автор пропонує для зручності внести в ст. 1 названого закону поняття «голограма», «голографічний виступ», та «голографічна реплікація» з метою уникнення можливої плутанини в майбутньому. Як базове поняття, пропонується використовувати «голограми» як оптичне інтерференційне зображення, що створює трьохвимірне візуальне зображення на двовимірному об'єкті.

Голографічний виступ можна вважати специфічною формою публічного виконання твору за допомогою сучасних цифрових технологій. Голографічна реплікація особи – це явище, яке викликає суперечки та вимагає додаткових досліджень. Зазвичай реплікація створюється різними способами з метою подальшого голографічного виступу під час гастролей.

Голографічне зображення (голограма) буде захищене Законом «Про авторське право та суміжні права», якщо воно є оригінальним. Голограми, які створюються аналогічно до фотографій, можуть бути вважені фотографічними творами у широкому розумінні. Найефективнішим захистом від порушень, що можуть виникнути під час створення голографічних реплікацій, є «право особистості» («right of publicity»), яке, на жаль, не має відповідного законодавчого регулювання в Україні. Єдиним доступним механізмом захисту залишається посмертний захист імені публічної

особи, захист авторських майнових прав, а також захист «бренду» через реєстрацію імені або псевдоніму особи як знаку для товарів та послуг.

Тема голографічних реплікацій та виступів є дуже актуальною та цікавою, і вона вимагає подальшого вивчення із внесенням відповідних змін в чинне законодавство України.

Neons. Нове покоління штучних людей.

Neon - це технологія, розроблена STAR Labs, дочірньою компанією Samsung Electronics, яка була представлена публіці на виставці споживчої електроніки (CES) у 2020 році. Neon описується як створення «Штучних Людей», це комп'ютерні програми, що виглядають і поводяться як справжні люди (Рис. 5).

Рисунок 5. Neons.

• Штучні Люди: Це не «асистенти», «боти» або «AI платформи», а цифрові аватари, які можуть взаємодіяти природними способами, показуючи людські манери, реакції та взаємодію. Вони створені таким чином, щоб відображати реальних людей у своєму зовнішньому вигляді та поведінці. Вони можуть проявляти емоції, розуміти контекст і вчитися з досвіду.

• Технологія Core R3: Створення Neon працює на основі їхньої власної технології Core R3, яка означає «Реальність, Реальний час, Реактивність». Ця технологія має на меті надавати взаємодію в реальному часі, яка практично не відрізняється від взаємодії з людьми.

• Потенційні використання: Хоча точні застосування ще досліджуються, Neons (як називаються штучні люди) можуть служити особистими асистентами, торговими представниками або постачальниками послуг, або виконувати ролі, такі як новинні ведучі, кіноактори, або навіть компаньйони і друзі. Вони потенційно можуть бути налаштовані для індивідуальних користувачів.

• Відсутність пам'яті: Neons розроблені з орієнтацією на конфіденційність і не зберігають пам'ять про минулі взаємодії. Це означає, що вони не зберігають особисті дані між сесіями, якщо їх явно не збережено.

Шведська мережа H&M зізналася, що використовувала комп'ютерно згенеровані моделі на своєму веб-сайті після того, як її заперечили та оскаржили щодо «дивної схожості» з моделями. При цьому голови реальних моделей були накладені на те саме тіло. У той час як компанія підкреслила, що їхній процес спростив фотосесії та дозволив клієнтам зосередитися на одязі, а не на моделях, інші відповіли негативною реакцією, заявивши, що ці комп'ютерні зображення створюють нереалістичний образ тіла.

ЛІТЕРАТУРА ДО ТЕМИ:

1. A. Lucas, H. J.Lucas, A. LucasSchloetter. Traité de la propriété littéraire et artistique. Lexis Nexis. 2012. 4e Edition. P. 393–394.

2. Brandon Marsh Tupac Hologram Rocks Coachella and IP Laws. AM. UNIV. WASH. COLL. OF LAW : INTELLECTUAL PROP. BRIEF (Apr. 19, 2012) URL: http://www.ipbrief.net/ 2012/04/19/tupa chologramrockscoachellaandiplaws 3. Catherine Colston Principles of Intellectual Property Law Routledge, 1999. 554 c. URL: https://books. google.com.cy/books?id=xCCPAgAAQBAJ&printsec=frontcover#v= onepage&q&f= false

4. CJEU Infopaq International A/S v Danske Dagblades Forening, Case C-5/08, Judgment of 16 July 2009. URL: http://curia.europa. eu/juris/liste.jsf?num=C5/08 5. Daniel Bukszpan Life after death: Musicians are coming back to the stage thanks to holographic technology. URL: CNBC.com

6. Drecolias Michael Spiro Tupac and Beyond: The Implications of the Tupac Hologram on Copyright and the Right of Publicity and What it May Mean for the Future of Music. Law School Student Scholarship. 2014. No 427. URL: https://scholarship.shu.edu/student_ scholarship/427

7. ENCYCLOPÆDIA BRITANNICA: вебсайт. URL: https:// www.britannica.com/technology/hologram 8. Jana Moser Tupac Lives! What Hologram Authors Should Know About Intellectual Property Law. BUSINESS LAW TODAY (Sept. 21, 2012). URL: http:// apps.americanbar.org/buslaw/blt/ content/2012/09/article02moser. shtml.

9. Jonathan D Reichman Right of Publicity in 17 Jurisdictions Worldwide. Getting the Deal Through. 2012. 39 p. URL: https:// www.potamitisvekris.com/wpcontent/uploads/2011/12/ GTDTRightofPublicity2012.pdf

10. Joseph J. Beard, Casting Call at Forest Lawn The Digital Resurrection of Deceased Entertainers – A 21st Century Challenge for Intellect.

11. AI Can Now Create Artificial People – What Does That Mean For Humans? URL: https://bernardmarr.com/ai-can-now-create-artificial-people-what-does-that-mean-for-humans/

4. Використання голографії під час проведення гастрольних заходів

Сучасна техніка дозволяє відтворити виконавця в цифровій формі за допомогою голографії. Однак з технічної точки зору, це не що інше, як голографічна ілюзія. Голографічні реплікації – складні твори, що створюються шляхом поєднання та синтезу образів та звуків, взятих з різних наявних вистав. Для відтворення, адаптації й донесення до публіки такої колекції зображень і звуків, творцю голографічного виконання необхідно отримати дозволи від численних правовласників, що суттєво ускладнює процес створення виступу.

Голографічні виступи породили ряд правових колізій та ставлять перед ученими всього світу цікаві питання. Чи є використання голограми порушенням інтелектуальної власності виконавця або його прав на особистість? Які правові механізми захисту такого об'єкту існують? Чи можна вважати голографічні виступи об'єктом права інтелектуальної власності? Можливо, голограма – це новий і унікальний об'єкт, який потребує обов'язкового закріплення на законодавчому рівні?

Голографічний виступ — це процес створення унікального тривимірного виконання, заснованого на наявних об'єктах авторського та суміжного права, створених ще за життя діяча. Голографічне виконання зазвичай використовується під час гастрольних заходів, тому відповідь на питання про правову природу голографічного виконання можна шукати саме в цьому контексті.

Відповідно до статті 449 Цивільного кодексу України та статті 35 Закону України «Про авторське право і суміжні права», виконання стає об'єктом використання під час гастрольних заходів, яке захищається як об'єкт суміжних

прав. У такому випадку виконання базується на використанні оригінального твору (аналогічно до голографічного виконання), яке, в свою чергу, охороняється як об'єкт авторського права (стаття 433 Цивільного кодексу України, стаття 8 Закону України «Про авторське право і суміжні права») [1].

Нинішнє законодавство України не включає в перелік об'єктів інтелектуальної власності такий об'єкт правової охорони, як музичний концерт, не кажучи вже про голографічні виступи.

Загалом, гастрольну діяльність регулюють норми Цивільного кодексу України, Законів України «Про авторське право і суміжні права», «Про гастрольні заходи в Україні»; а також постанови Кабінету Міністрів України від 15.01.2004 № 35 «Про затвердження Порядку організації та проведення гастрольних заходів», та від 18.01.2003 № 72 «Про затвердження мінімальних ставок винагороди (роялті) за використання об'єктів авторського права і суміжних прав».

Гастролі проводяться на основі договорів, укладених відповідно до закону (ч. 1 ст. 2 Закону України «Про гастрольні заходи в Україні») [2].

Організатори концертів (включаючи голографічні виступи) можуть отримувати певні авторські та/або суміжні права на твори і виконання, що використовуються під час гастрольних заходів, на основі договорів, укладених з авторами та виконавцями.

Передача майнових прав автора формалізується через авторський договір (у випадку відчуження майнових прав) або через ліцензійний договір чи договір про передачу виключних майнових прав інтелектуальної власності. У цьому контексті регулювання відбувається за статтями 1109 та 1113 ЦК України [3].

Організатори гастрольних заходів (концертів) несуть відповідальність за дотримання положень законодавства України щодо авторських та суміжних прав (ст. 2 Закону України «Про гастрольні заходи в Україні»)[2].

В процесі проведення гастрольних заходів відбувається публічне виконання оригінальних музичних творів. Згідно зі статтею 1 Закону України «Про авторське та суміжне право», публічне виконання - це демонстрація творів, виконань, фонограм, передач організацій мовлення за згодою суб'єктів авторського права та/або суміжних прав шляхом декламації, гри, співу, танцю чи іншим способом, як безпосередньо (у живому виконанні), так і за допомогою будь-яких пристроїв і процесів (за винятком передачі в ефір чи по кабелях), у місцях, де присутні чи можуть бути присутніми особи, які не належать до кола сім'ї або близьких знайомих цієї сім'ї, незалежно від того, чи присутні вони в одному місці і в один і той самий час або в різних місцях і в різний час [1].

В рекомендаціях щодо дотримання авторського права та суміжних прав при організації та проведенні гастрольних заходів уточнюється, що виконання музичних творів може здійснюватися в живому виконанні та/або за допомогою фонограм, відеограм (у випадку одночасного показу виступу виконавця на екранах (моніторах), що знаходяться на сценічному майданчику) [4]. Майбутнє речення може бути доповнено словами: «та будь-якими іншими технічними засобами.»

Отже, голографічне виконання можна розглядати як процес, через який відбувається публічне виконання оригінального твору за згодою автора або особи, якій належать права на інтелектуальний спадок.

ЛІТЕРАТУРА ДО ТЕМИ:

1. Про авторське право і суміжні права: Закон України від 23 грудня 1993 р. № 3792XII. Відомості Верховної Ради України. 2003. № 40, ст. 356.

2. Про гастрольні заходи в Україні: Закон України від 10 липня 2003 року № 1115IV. Відомості Верховної Ради України. – 2004 р. № 7, стаття 56

3. Цивільний кодекс України:від 16 січня 2003 року № 435IV. Відомості Верховної Ради України офіційне видання. — 2003 р., № 40, стаття 356.

4. Рекомендації щодо дотримання авторського права і суміжних прав при організації та проведенні гастрольних заходів. Міністерство розвитку економіки, торгівлі та сільського господарства України. URL: http://me.gov.ua/Documents/Detail?lang=ukUA&isSpecial=True&id=196e635107bc4252a0febe9bbef8f0f4&title=RekomendatsiiSchodoDotrimanniaAvtorskogoPravaISumizhnikhPravPriOrganizatsiiTaProvedenniGastrolnikhZakhodiv

5. Особливості правової охорони секрету виробництва

Щоб зрозуміти специфіку правового регулювання секретів виробництва, спочатку важливо визначити, що саме розуміється під секретами виробництва, і якими законодавчими актами це питання регулюється.

Секретами виробництва пропонуємо розуміти відомості будь-якого характеру, включаючи відомості про результати інтелектуальної діяльності, що мають реальну або потенційну комерційну цінність і щодо яких власником цих відомостей встановлено режим комерційної таємниці.

Необхідно зазначити, що до таких відомостей у третіх осіб головне немає вільного доступу, це вирішальна вимога. У законодавстві можна зустріти поняття, схожі за змістом, наприклад, «ноу-хау» та комерційна таємниця. Дослівний переклад терміна «ноу-хау» означає «знати як» (скорочено від «знати як робити»). «Ноу-хау» може містити в собі різну ділову і технічну документацію, ділові, торгові, виробничі, комерційні секрети.

Інститут «ноу-хау» з'явився у світовій практиці лише у XX столітті. Однією з перших його використала компанія «Кока-кола», екстракт якої однойменного напою зберігається в режимі «ноу-хау» уже десятиліттями, приносячи їй мільярди доларів прибутку [1].

В режимі «ноу-хау» переважно функціонує технічна інформація, і нерідко включає патентоспроможні винаходи, причому деякі з них є особливо цінними.

Сьогодні в Україні немає нормативно-правового документа, що однозначно регулює явище «ноу-хау».

У Податковому кодексі України «ноу-хау» визначено як інформацію щодо промислового, комерційного або наукового досвіду [2].

Згідно Закону України «Про державне регулювання діяльності у сфері трансферу технологій», під «ноу-хау» розуміється технічна, організаційна або комерційна інформація, що була отримана на основі досвіду та випробувань технологій і їх складових. Така інформація: не є загальновідомою або легкодоступною; є суттєвою, тобто важливою та корисною для виробництва продукції, технологічного процесу або надання послуг; і визначена достатньо вичерпно, щоб можна було перевірити її відповідність критеріям не загальновідомості та суттєвості [3].

Концепція проекту Закону України «Про охорону прав на комерційну таємницю», розроблена за розпорядженням Кабінету Міністрів України від 5 листопада 2008 р. № 1404р, могла б регулювати питання «ноу-хау» та інших схожих об'єктів права інтелектуальної власності [4].

В Законі України «Про інвестиційну діяльність», «ноу-хау» описано як сукупність технічних, технологічних, комерційних та інших знань, представлених у формі технічної документації, навиків та виробничого досвіду, які є необхідними для організації певного виду виробництва, але не запатентовані [5].

«Ноу-хау» зазвичай розуміють як секретні, не запатентовані технологічні знання і процеси, практичний досвід, у тому числі методи, способи та навички, необхідні для проектування, розрахунків, будівництва і виробництва будь-яких виробів, та іншу інформацію, що не є доступною для широкої громадськості.

В цивільно-правових договорах «ноу-хау» часто визначається як об'єкт комерційної таємниці.

Разом з поняттям «ноу-хау» поширився також термін «trade secret». У вітчизняній літературі він тлумачиться порізному: як торговий секрет, комерційний секрет, фір-

мовий секрет, діловий секрет тощо. Іноді терміни «ноу-хау» і «trade secret» використовуються як синоніми.

Тим не менш, ці поняття не слід ототожнювати. Якщо «trade secret» можна визначити як будь-яку цінну конфіденційну інформацію, яку юридична або фізична особа зберігає для власного використання, то «ноу-хау» є об'єктом передачі та відповідних правочинів.

Невизначеність законодавчих позицій щодо визначення «ноу-хау» не дозволяє судам однозначно його тлумачити. Зараз судова практика виходить з того, що «ноу-хау» ототожнюється з комерційною таємницею та секретами виробництва, на які, в однаковій мірі, виникають права інтелектуальної власності. Таким чином, хоча «ноу-хау» теоретично існує та зустрічається на практиці, він не може використовуватися як ефективний механізм захисту.

Ситуація з комерційною таємницею значно відрізняється, оскільки її питання достатньо регулюються законодавством. Комерційна таємниця включена до об'єктів права інтелектуальної власності, та як поняття закріплено у статті 420 Цивільного кодексу. Крім того, у ЦК є глава 46, присвячена виключно праву інтелектуальної власності на комерційну таємницю [6].

Відповідно до статті 505 ЦК, комерційною таємницею вважається інформація, яка є секретною, тобто не є доступною для осіб, які зазвичай мають справу з таким видом інформації, і тому має комерційну цінність.

З даного визначення стає очевидним, що у законодавчому розумінні конфіденційна інформація є тотожною до поняття секрету виробництва.

Важливо зазначити, що не існує жодного норматив- ноправового акту, який би надав вичерпний перелік відомостей, які можуть бути комерційною таємницею. Законо-

давство надає лише ознаки комерційної таємниці, в рамках яких можна визнати певну інформацію конфіденційною.

Ознаки комерційної інформації такі: вона важкодоступна для широкого загалу; має комерційну цінність; підлягає збереженню в таємниці; стосується виробничого, організаційного, комерційного або технічного процесів підприємства.

На підставі цих ознак, можна запропонувати наступний перелік відомостей, які становлять комерційну таємницю: незапатентовані науково-технічні розробки; промислові зразки; дизайн продукту, зображення та ін.; бази даних та інші комп'ютерні програми, створені підприємством; відомості про програмно-технічне забезпечення компанії; технічні проекти; інформація про переговори; інформація про способи продажу та реалізації послуг, робіт або товару; інформація про маркетингові дослідження, маркетингові акції тощо; незапатентовані товарні знаки; умови контрактів; усі види нововведень (фактично «ноу-хау»); дані про постачальників і покупців; маркетингові дослідження; зміст типових документів компанії; зміст внутрішньої бази знань компанії; внутрішня звітність компанії, її фінансові показники, баланс; відомості про систему оплати праці в компанії; відомості про джерела залучення клієнтів до компанії; відомості про клієнтів компанії (в тому числі їх адреси, імена, надані їм послуги, отримані від них документи, обсяг продажу окремим клієнтам); дані про розрахунок відпускних цін, розміри знижок і т.д.

Цей перелік не є вичерпним, його можна розширити залежно від сфери діяльності компанії. Чим детальніше окреслити список інформації, що є комерційною таємницею підприємства, тим краще. Таким чином, ці об'єкти знаходяться під правовим захистом. Перелік варто залишити відкритим, щоб у майбутньому була можливість його корегувати.

Інформація, яка не може бути включена до комерційної таємниці, включає в себе, згідно з Постановою КМУ №611 від 09.08.1993 р., такі відомості: документи про платоспроможність; відомості про участь посадових осіб підприємства в інших організаціях, що займаються підприємницькою діяльністю; установчі документи, а також документи, які дозволяють займатися підприємницькою діяльністю та її окремими видами; державна звітність за всіма встановленими формами; дані, необхідні для перевірки розрахунку і сплати податків та інших обов'язкових платежів; документи про сплату податків і зборів; відомості про чисельність і склад працівників, їхню заробітну плату загалом, за професіями, за посадами; про наявність вакансій; інформація про недотримання безпечних умов праці; інформація про реалізацію продукції, що завдає шкоди здоров'ю, а також про інші порушення законодавства і розміри завданих при цьому збитків.

На наступне питання, що стосується того, що робити з комерційною таємницею та чому важливо мати цей інститут для ведення бізнесу, варто відповісти таким чином. Майнові права інтелектуальної власності на комерційну таємницю, тобто право на використання комерційної таємниці; виключне право дозволяти використання комерційної таємниці; виключне право перешкоджати неправомірному розголошенню, збиранню або використанню комерційної таємниці; інші майнові права інтелектуальної власності, встановлені законом, належать особі, яка правомірно визначила інформацію як комерційну таємницю, якщо інше не встановлено договором (Ст. 506 ЦК).

Термін дії виключного права триває до тих пір, поки зберігається конфіденційність відомостей, що становлять зміст комерційної таємниці. Спори з приводу використання комерційної таємниці, виплати винагороди розглядає тільки суд.

Зрештою, є можливість відчуження комерційної таємниці її володільцем, тобто її можна відокремити від її носія і передати іншим особам.

Права на використання комерційної таємниці можуть бути передані. Як вже зазначалося, передаючи права на використання «ноу-хау», компанія може отримати чималі при- бутки. Володілець конфіденційної інформації має виключне право на її використання, яке він може передати іншим особам

- як право власності, так і виключне право на використання. Він може відчужувати свою власність будь-кому і будь-яким законним способом. Як власник виключного права, він має право перешкоджати неправомірному розголошенню, збиранню або використанню комерційної таємниці.

Способи використання комерційної таємниці включають:

Договір комерційної концесії (Глава 76 ЦК). За договором комерційної концесії, одна сторона (правовласник) зобов'язується надати другій стороні (користувачеві) за плату (роялті) право користування комплексом належних їй прав з метою виготовлення та/або продажу певного виду товару та/або надання послуг.

Предметом договору комерційної концесії може бути право на використання об'єктів права інтелектуальної власності, включаючи комерційні таємниці, комерційний досвід та ділову репутацію. Предмет договору рекомендується детально розробити або визначити, що саме відноситься до об'єкту комерційної таємниці в Додатку до Договору.

Договір комерційної концесії може передбачати використання предмета договору із або без зазначення території використання у певній сфері цивільного обороту.

За даним договором правоволоділець зобов'язаний передати користувачеві за плату на певний строк або безстроково технічну та комерційну документацію, а також надати

іншу необхідну інформацію для здійснення прав, наданих йому за договором комерційної концесії. Він також повинен проінформувати користувача та його працівників з питань, пов'язаних з здійсненням цих прав. Така схема надає великим компаніям можливість розширювати ринки збуту, а малим та середнім - ефективно здійснювати підприємницьку діяльність, використовуючи при цьому засоби індивідуалізації, ноу-хау, репутацію та діловий досвід перших.

Договір комерційної субконцесії.

Ліцензійний договір про надання дозволу на використання комерційної таємниці. Це договір, за яким одна сторона (ліцензіар) надає другій стороні (ліцензіату) дозвіл на використання об'єкта права інтелектуальної власності (ліцензію) на умовах, визначених за взаємною згодою сторін з урахуванням вимог законодавства (ч. 1 ст. 1109 ЦК).

Предметом ліцензійного договору є ліцензія (дозвіл на використання об'єкта права інтелектуальної власності), а об'єктом - винахід, корисна модель, промисловий зразок, об'єкт авторського права чи суміжних прав.

Ліцензіар зобов'язаний зберігати конфіденційність секрету виробництва до припинення дії виключного права або до припинення дії ліцензійного договору. Ліцензіат також зобов'язаний зберігати конфіденційність секрету виробництва і після припинення дії ліцензійного договору аж до припинення дії виключного права.

Договір про передачу (відчуження) виключних майнових прав на комерційну таємницю (ноу-хау). За цим договором права на комерційну таємницю відчужуються повністю, за відповідну грошову винагороду. В іншому відношенні, договір схожий на ліцензійний.

Особа, яка правомірно володіє комерційною таємницею, має право на захист від незаконного її використання.

Інформація, яка включена підприємством до комерційної таємниці, охороняється за вимогою закону і фактично існує в режимі обмеженого доступу.

Органи державної влади зобов'язані охороняти від недобросовісного комерційного використання інформацію, яка є комерційною таємницею, створення якої потребує значних зусиль, і яка надана їм з метою отримання встановленого законом дозволу на діяльність, пов'язану з фармацевтичними, сільськогосподарськими, хімічними продуктами, що містять нові хімічні сполуки. Ця інформація охороняється органами державної влади також від розголошення, крім випадків, коли розголошення необхідне для забезпечення захисту населення або якщо не вжито заходів щодо її охорони від недобросовісного комерційного використання (ст. 507 ЦК) [6].

Комерційна таємниця може мати найрізноманітніший характер, отже, і заходи щодо збереження її конфіденційності також можуть бути найрізноманітніші.

В господарських правовідносинах, безумовно, потрібен письмовий опис такої інформації. Тобто підприємцю необхідно скласти і затвердити перелік інформації, що в його компанії не підлягає розголошенню з боку співробітників.

Дієвий механізм захисту комерційної таємниці від її розголошення як інструменту несумлінної конкуренції на ринку складається з трьох основних елементів: організаційних заходів; технічних заходів; правових заходів[8].

Організаційні заходи захисту інформації передбачають обмеження доступу до відомостей, що є важливими для компанії. Це означає, що кожен співробітник компанії отримує можливість працювати лише з тими даними, які необхідні для виконання його обов'язків (Рис.6).

Рисунок 6. Захист виробничих секретів

Технічні заходи захисту інформації передбачають використання спеціальних програм та обладнання, які забороняють перегляд і/або копіювання важливої електронної інформації. Для цього можна заблокувати доступ до жорсткого диска або можливість використання змінних цифрових носіїв.

Такі заходи вкладають на системного адміністратора додаткові обов’язки. Співробітник компанії мусить звернутися до нього, якщо потрібно отримати доступ до конфіденційної інформації, мотивуючи свій запит. У разі витоку

даних, системний адміністратор або інший уповноважений працівник швидко виявить підозрюваних. Інформацію слід розбити на категорії за рівнем важливості (відомості, які вимагають максимальної конфіденційності; інформація, розголос якої можливий, але не бажаний; повсякденна робоча інформація) і скласти список співробітників, що мають доступ до кожної групи інформації.

Юридичні заходи захисту інформації відбувається шляхом внесення відповідних доповнень у такі документи, як статут організації (необхідно прописати про запровадження режиму комерційної таємниці), засновницький договір, колективний договір, внутрішнє положення «Про комерційну таємницю і правила її збереження», внутрішнє положення «Про дозвільну систему доступу виконавців до документів і відомостей, що є комерційною таємницею підприємства». Також можна розробити додаткові нормативи, інструкції щодо дотримання працівниками режиму нерозголошення комерційної таємниці, та угоду про нерозголошення комерційної таємниці, яка укладається з особами, що мають доступ до цієї інформації.

Отже, склад та обсяг відомостей, що становлять комерційну таємницю, а також порядок їх захисту, визначає самостійно її власник або керівник підприємства, дотримуючись при цьому вимог законодавства.

На підприємстві обов'язково повинні бути вжиті заходи щодо регулювання прав володіння, користування та розпорядження конфіденційною інформацією, що становить його комерційну таємницю, і це має бути зроблено на законодавчій основі. За основу організації роботи по допуску до комерційної таємниці доцільно взяти вимоги щодо допуску до державних секретів, що чітко регламентовані Законом України «Про державну таємницю».

Під допуском до комерційної таємниці слід розуміти письмове розпорядження керівника (власника) підприємства або уповноваженої ним особи, що надає конкретному співробітникові підприємства право на роботу або ознайомлення з документами, виробами та іншими носіями інформації, які класифіковані підприємством як комерційна таємниця.

Про встановлення комерційної таємниці на підприємстві керівник має видати відповідний наказ і затвердити перелік відомостей, що становлять комерційну таємницю. При прийнятті на роботу працівників, що допускаються до комерційної таємниці, доцільно укладати трудовий договір у письмовій формі, де одним з пунктів має бути обов'язок працівника щодо нерозголошення комерційної таємниці. Якщо ж з таким працівником укладається договір в усній формі, з ним можна укласти додаткову угоду про нерозголошення інформації, що є комерційною таємницею. Це може бути також письмове зобов'язання або розписка працівника, форми яких затверджує керівник підприємства. Слід зазначити, що перед цим працівника обов'язково потрібно ознайомити з переліком такої інформації.

Якщо працівник відмовляється взяти на себе обов'язок нерозголошення, йому можуть відмовити у прийнятті на роботу. У окремих випадках, коли працівник, що допускається до комерційної таємниці, вже уклав трудовий договір, йому пропонують взяти на себе зобов'язання про її нерозголошення. За цих обставин працівник може погодитися на цю пропозицію та підписати відповідне зобов'язання або дати розписку.

Завдання працівнику обов'язку про нерозголошення вважатиметься зміною істотних умов праці. Про ці зміни працівника повинні повідомити не пізніше ніж за два місяці. Якщо не можна зберегти колишні істотні умови праці,

а працівник не погоджується продовжувати роботу в нових умовах, трудовий договір може бути припинений згідно з пунктом 6 статті 36 КЗпП [9].

Деякі підприємці, маючи на увазі запобігання витоку інформації, включають до трудових договорів з топ-менеджерами компанії застереження про неконкуренцію. Таким співробітникам протягом визначеного терміну забороняється працювати в організаціях з подібним профілем діяльності, або мати самостійні бізнес-відносини з клієнтами компанії. Однак такі застереження суперечать національному законодавству, яке гарантує право на працю та свободу підприємницької діяльності.

Тому включення таких умов у трудовий договір є недопустимим. В разі подачі судового позову від колишнього роботодавця, ймовірно, внутрішні положення організації про неконкуренцію будуть визнані судом як недійсні.

На підприємстві варто розглянути створення системи накопичення інформації про осіб, які мали доступ до відомостей, що складають комерційну таємницю. Зазвичай вводиться триступенева система важливості комерційної таємниці, яка позначається такими грифами: «Комерційна таємниця — особливо важливо» («КТОВ»),»Комерційна таємниця — суворо конфіденційно» («КТСК»),»Комерційна таємниця — конфіденційно» («КТК»).

Доступ конкретного співробітника визначається відповідно до одного зі вказаних рівнів важливості інформації, що залежить від його посади або характеру виконуваної роботи. Рішення про надання доступу до конкретної комерційної таємниці та її матеріальних носіїв приймається у вигляді резолюції власника підприємства на документі, з яким ознайомлюється представник сторонньої організації, або шляхом видачі окремого письмового розпорядження.

З метою попередження витоку інформації, до якої були ознайомлені особи, що отримали доступ до комерційної таємниці, від них береться зобов'язання про її зберігання.

Іншим способом захисту конфіденційності інформації є отримання від осіб, що ознайомились з інформацією, яка складає комерційну таємницю підприємства, зобов'язання про її збереження. Таким юридичним документом може бути угода про нерозголошення, яка широко використовується в світовій практиці підприємництва.

При передачі представнику сторонньої організації копії документа, що містить комерційну таємницю, доцільно вимагати підпис на оригіналі, а також дати попередження в письмовій або усній формі про необхідність збереження в таємниці інформації, що міститься в переданому документі або іншому матеріальному носії комерційної таємниці.

Часто IT-компанії пропонують своїм працівникам підписати договір про нерозголошення (NDA), але сам підпис недостатній для його дії. Для цього потрібно виконати ряд дій:

Внести зміни в статут, де буде передбачено, що підприємство володіє комерційною таємницею;

Включити в посадові обов'язки працівників обов'язок по збереженню комерційної таємниці;

Наказом керівника підприємства затвердити перелік комерційної таємниці підприємства, визначивши при цьому санкції за її розголошення.

Під розпис працівників ознайомити з відповідним наказом та положенням про перелік комерційної таємниці.

У випадку виявлення факту порушення комерційної таємниці, керівник підприємства має наказом сформувати комісію, що проведе розслідування та встановить факт порушення комерційної таємниці.

Якщо, незважаючи на виконання всього алгоритму дій, інформація все одно стала відомою третім особам, що потім?

Останнє питання, яке ми бажаємо розглянути в рамках даної теми, це відповідальність за розголошення комерційної таємниці.

За розголошення комерційної таємниці порушника можуть притягнути до дисциплінарної, матеріальної (у межах трудових відносин), адміністративної, цивільно-правової, а також кримінальної відповідальності.

В частині, де йдеться про невиконання працівником своїх обов'язків за трудовим договором, роботодавець може притягнути його до дисциплінарної або матеріальної відповідальності. Статтею 147 КЗпП передбачено, що за порушення трудової дисципліни можливе застосування до працівника догани або звільнення. Зокрема, звільнення може бути застосоване до керівника підприємства (філіалу, представництва, відділення та іншого відокремленого підрозділу), його заступників, головного бухгалтера підприємства, його заступників, відповідно до пункту 1 статті 41 КЗпП.

Підстави для застосування зазначених дисциплінарних стягнень, відповідно до статті 147 КЗпП України, повинні бути чітко визначені у Положенні про комерційну таємницю підприємства.

Загальні підстави та умови матеріальної відповідальності працівників встановлено у статті 130 КЗпП. Факт порушення працівником своїх трудових обов'язків та виникнення внаслідок цього реальної шкоди є підставою для притягнення його до матеріальної відповідальності.

Якщо роботодавець докаже, що внаслідок розголошення працівником комерційної таємниці йому було завдано

шкоду, то такого працівника, відповідно до загальних правил, можна притягнути до матеріальної відповідальності у розмірі прямої дійсної шкоди, але не більше ніж його середнього місячного заробітку.

Закон «Про захист від недобросовісної конкуренції» встановлює адміністративну відповідальність за неправомірне збирання комерційної таємниці (ст. 16), розголошення комерційної таємниці (ст. 17), схилення до розголошення комерційної таємниці (ст. 18) та неправомірне використання комерційної таємниці (ст. 19). За зазначені порушення передбачена відповідальність у формі штрафів, які накладає Антимонопольний комітет України. Суб'єктами цих правопорушень можуть бути як юридичні, так і фізичні особи.

Адміністративна відповідальність за ч. 3 ст. 1643 Кодексу України про адміністративні правопорушення встановлена у формі штрафу від дев'яти до вісімнадцяти неоподаткованих мінімумів доходів громадян.

Цивільно-правовою санкцією за порушення є відшкодування збитків. Збитки, спричинені внаслідок дій, визначених законодавством як неправомірне збирання, розголошення та використання комерційної таємниці, підлягають відшкодуванню за позовами від зацікавлених осіб, у порядку, передбаченому Цивільним законодавством України (а також ст. 255 Господарського кодексу, ст. 24 Закону «Про захист від недобросовісної конкуренції»).

За розголошення працівником комерційної таємниці його можна притягнути до кримінальної відповідальності згідно зі статтею 232 Кримінального кодексу України. Зазначена стаття стосується умисного розголошення комерційної або банківської таємниці без згоди власника особою, якій ця таємниця стала відома у зв'язку з професійною або служ-

бовою діяльністю. Якщо такі дії вчинено з корисливих чи інших особистих мотивів і завдали істотної шкоди суб'єкту господарювання, вони караються штрафом від 1000 до 3000 неоподатковуваних мінімумів доходів громадян і позбавленням права обіймати певні посади чи займатися певною діяльністю на строк до трьох років.

Основна складність притягнення до відповідальності у справах про комерційні секрети виробництва полягає в доведенні, що інформація з комерційною цінністю дійсно була таємницею.

Судова практика показує, що притягнення до матеріальної відповідальності колишніх топ-менеджерів компанії є майже неможливим через важкості отримання доказів розголошення конфіденційної інформації. У більшості подібних судових процесів відповідачам вдається довести відсутність крадіжки комерційної таємниці.

Отже, найефективнішими методами захисту комерційної таємниці вважаються превентивні заходи, що включають грамотне укладення трудових контрактів з працівниками, ретельно розроблену кадрову політику, а також встановлення надійної системи технічного захисту інформації.

ЛІТЕРАТУРА ДО ТЕМИ:

1. *Іванова В.В. Дослідження теорії поняття інновації. С. 1—8. URL: http://akademperiodyka.org.ua/docs/Posylannia.pdf*
2. *Податковий кодекс України: Відомості Верховної Ради України (ВВР). 2011. № 1314. № 1516. № 17. ст.112.URL:https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/275517*
3. *Про державне регулювання діяльності у сфері трансферу технологій: Закон України . Відомості Верховної Ради України (ВВР). 2006. № 45. ст.434). URL:https://zakon.rada.gov.ua/ laws/show/14316*

4. *Концепція проекту Закону України «Про охорону прав на комерційну таємницю».URL: https://zakon.rada.gov.ua/laws/ show/14042008%D1%80*
5. *Про інвестиційну діяльність: Закон України. Відомості Верховної Ради України (ВВР), 1991, N 47, ст.646. URL:https:// zakon.rada.gov.ua/laws/show/156012*
6. *Цивільний кодекс України. Відомості Верховної Ради України (ВВР), 2003, №№ 4044, ст.356.URL: https://zakon. rada.gov.ua/laws/show/43515*
7. *Про перелік відомостей, що не становлять комерцій- ної таємниці: Постанова КМУ №611 від 09.08.1993 р. URL: https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/61193%D0%BF*
8. *Що таке комерційна таємниця і як її захистити? URL: http://www.bankchart.com.ua/biznes/upravlinnya_biznesom/ statti/scho_take_komertsiyna_taemnitsya_i_yak_yiyi_zahistiti*
9. *Кодекс законів про працю України.URL: https://zakon.rada. gov.ua/laws/show/32208*

6. Проблеми захисту прав авторів у мережі Інтернет

На сьогодні, головною проблемою порушення прав авторів у мережі Інтернет не тільки на державному рівні, а й на міжнародному рівні – є відсутність єдиної правової бази, яка б регулювала відносини в мережі Інтернет.

Поодинокі норми, які містяться в деяких правових актах (наприклад, Угоді про торговельні аспекти прав інтелектуальної власності та Угодах ВОІВ про авторське право і суміжні права) не дають вичерпного визначення даного терміна та не містять специфічних ознак, які властиві саме піратству в мережі Інтернет. В українському законодавстві, а саме в законі України «Про авторське право і суміжні права», міститься визначення піратства, однак немає спеціального закону, який би регулював саме відносини в мережі Інтернет. «Серед існуючих проблем слід виділити невизначеність багатьох ключових понять у законах або недостатнє їх відпрацювання. Наприклад, питання, яке цікавить на сьогоднішній день: «Що можна вважати твором науки?», тому що діюче законодавство не дає чіткого визначення даного поняття. Міститься певна проблематика щодо відмежування творів науки від усіх інших. Відсутнє законодавче визначення понять, яке стосуються глобальної мережі Інтернет. Існують випадки дублювання понять у Законі України «Про авторське право і суміжні права» та ЦК України, нерідко з використанням зовсім інших формулювань» [1, с. 56].

Кирилюк А. В. зазначає: «Єдиного правового механізму захисту авторських прав в Інтернеті на даний момент не існує. Крім того, згубно впливає позиція, яка підтримується більшістю мережевого суспільства, про свободу розповсюдження і копіювання будь-якої інформації, яка опинилася в Мережі» [2, с. 129].

Охорона прав на об'єкти інтелектуальної власності в Інтернеті традиційними способами неможлива, тому виникає об'єктивна необхідність створення нового інституційного середовища у цій сфері. Наголошуючи на тому, що власність взагалі втрачає будь-яке значення в інформаційному суспільстві (суспільстві знань), відомі західні дослідники стверджують, що на відміну від традиційного суспільства, в якому гарантією захисту виступало право, в інформаційній економіці основну роль відіграють моральні норми. Прихильники зазначеного підходу звертають увагу на зміни в людській психології, системі мотивацій, переваг, норм поведінки та акцентують увагу на виникненні нової «інформаційної» моралі, в якій доступ до інформації отримує етичне значення. Отже, кожна особистість виявляє зацікавленість не лише у власних знаннях, а й у доступі до цих знань всіх членів суспільства [3, с. 57].

Не можна не погодитися з тим, що психологія має вагомий вплив на поведінку користувачів мережі Інтернет, оскільки спочатку, коли тільки з'явився Інтернет, ніхто і не замислювався, що у майбутньому інформація буде передаватися миттєво, а об'єкти авторського права будуть на стільки легкодоступні. Людство звикло брати в Інтернеті все (від музикальних творів до творів літератури), не думаючи про незаконність такої поведінки. Тому не можемо не додати, що необхідно підвищувати обізнаність суспільства у даній сфері. Так як люди і є тим джерелом від якого надходять порушення. Необхідно усіляко наголошувати на цінності праці авторів та зменшити складність фіксування порушення своїх прав авторами, шляхом глобального дослідження сфери інтелектуальної власності.

На думку Г. Нагорняк, І. Нагорняк, «ефективними у цьому напрямку наступні кроки:

– збільшити обізнаність суспільства про цінність інтелектуальної власності шляхом ширшого використання Угоди про авторські права Всесвітньої організації інтелектуальної власності для створення ефективної законодавчої бази для захисту авторських прав як в Інтернеті, так і поза ним;

– створити дієві механізми контролю за дотриманням прав інтелектуальної власності, встановити жорсткий контроль за незаконним привласненням та зазіханням на інновації в ІТ-галузі (наприклад, технології «хмарних обчислень»);

– зміцнити контроль за дотриманням прав інтелектуальної власності з допомогою спеціальних ресурсів, включаючи спеціалізовані органи контролю за дотриманням прав інтелектуальної власності;

– поліпшити міжнародне співробітництво між усіма законодавчими та виконавчими органами у сфері інтелектуальної власності;

– подавати особистий приклад використання правомірно придбаних ОАП в ІТгалузі, проведення наполегливої роз'яснювальної роботи шляхом популяризації використання легальних продуктів ІВ в державних установах, на підприємствах різних форм власності, постачальниками та користувачами ІП» [4, с. 216].

Проблемним також є питання захисту своїх прав автором або правоволодільцем, оскільки дані особи не завжди володіють необхідними знаннями у сфері права та не обізнані в процедурі розміщення творів у мережі Інтернет. Держава повинна вживати певних заходів щодо інформування не лише користувачів мережі Інтернет про недопустимість порушення авторських прав, але й також авторів і правоволодільців – про порядок розміщення твору та правові спо-

соби його захисту. «Тягар захисту авторських прав лежить, як правило, на самому авторі або на правоволодільцеві авторських прав, тому вони, перш ніж розміщувати твір у мережі Інтернет, повинні вживати певних додаткових дій із захисту своїх авторських прав.

Виявлене конкретне порушення авторських прав передбачає конкретні дії із захисту прав автора або правоволодільця, для чого достатньо національного законодавства. Інше питання, що постають проблеми із забезпеченням доказів, а також неготовністю інфраструктури судів та судейського корпусу до справ, які пов'язані з порушеннями авторських прав у мережі Інтернет, що на сьогодні і є первинною проблемою» [5, с. 90].

Непідготовленість державних службовців у сфері захисту авторського права також створює проблему у боротьбі з піратством. Низький рівень підготовки, відсутність спеціальних знань із цього приводу призводять до прийняття невірних рішень та визивають недовіру у суспільства. Насправді це є величезною проблемою так як право інтелектуальної власності заполонило кожну сферу людського життя, воно присутнє повсюди. Особливо це помічається в мережі Інтернет, адже по суті, весь контент складається із авторського права. А тому відповідно це є роботою для певних людей та джерелом їхнього заробітку.

Т. В. Рудник зазначає: «Не останню роль у неналежному рівні захисту прав авторів відіграють проблеми в судовій і виконавчій владі і недовіра до них громадян. І для цього є цілком серйозні підстави:

По-перше, більшість судових справ зводяться нанівець через складність у виявленні порушників, зібранні доказів порушення авторських прав, особливо це стосується особистих немайнових прав автора;

По-друге, допускаються помилки при розгляді судових справ через неправильне застосування законодавства щодо авторського права;

По-третє, необізнаність суддів, відсутність у них спеціальних знань з права інтелектуальної власності» [6, с.76].

Як приклад, проблеми в судовій владі, можемо надати ситуацію із створенням Вищого суду з питань інтелектуальної власності. Прийняття рішення про його утворення вже вказує на необхідність спеціального розгляду справ та на важливість даної сфери у сучасному суспільстві. Адже будь які спеціалізовані сфери повинні мати окреме регулювання.

Положення про утворення суду міститься у Законі України «Про судоустрій та статус суддів» № 31 від 02 червня 2016, де у п. 15 Розділу XII «Прикінцевих та перехідних положень» вказано, що Вищий спеціалізований суд з питань інтелектуальної власності утворюється та оголошується конкурс на посаду судді цього суду протягом 12 місяців з дня набрання чинності Закону України»Про судоустрій та статус суддів». Також через 15 місяців 5ий Президент України підписав Указ «Про утворення Вищого суду з питань інтелектуальної власності», а саме 29 вересня 2017 року. Однак з цього часу минуло вже 2 роки, а суд і досі не функціонує. Наразі триває конкурс на посаду судді суду, однак через низький рівень підготовки спеціалістів у сфері інтелектуальної власності ніяк не може утворитися достатній та висококваліфікований склад суду. Скільки ще чекати, на жаль, ніхто не може визначити. Однак зволікати з цим питанням ні в якому разі не можна, адже обсяг справ з порушенням прав авторів з кожним разом зростає, і потребує всебічного та спеціалізованого розгляду.

Що ж, надіємось, що у найшвидший час, все ж таки довгоочікуваний суд почне функціонувати та суспільство ма-

тиме дієвий механізм доведення порушення прав авторів та захисту їхніх прав. Правосуддя у спеціалізованому суді викликатиме довіру у громадян та все більше виявить проблемні аспекти у заданій сфері, що дозволить привертати увагу до таких питань науковців та і загалом суспільства, а також надасть нові шляхи розвитку у сфері права інтелектуальної власності.

При розгляді питання захисту авторських прав на твори, розміщені в мережі Інтернет, неможливо недооцінити роль інтернет-посередників суб'єктів, чиїми послугами користуються кінцеві користувачі мережі Інтернет при здійсненні своєї діяльності.

Доцільно було б згадати думку стосовно ролі інтернет-посередників в питанні захисту прав авторів в Інтернетмережі. А саме роль посередників в механізмі захисту авторських прав визначається не тільки можливістю притягення його до відповідальності. Постачальники Інтерентпослуг можуть обмежувати (повністю припиняти) незаконну діяльність в мережі.

І справді підвищення ролі інтернет-посередника у заданій сфері, може глобально вплинути на вирішення проблеми. Адже якщо буде контроль над тим, що допускати до вільного доступу в мережу, то звісно і зменшиться порушення авторських прав на початковому етапі.

Коли інтернет посередник надає свої послуги, він здійснює зберігання, обробку та передачу інформації(в тому числі – об'єктів авторського права у цифровій формі),, що створюється, модифікується і отримується користувачами мережі Інтернет і взагалі доступ кінцевих користувачів до мережі Інтернет неможливий без їх участі.

На інтернет посередників не покладається обов'язків відслідковувати, контролювати своїх користувачів. Однак

вони можуть попереджувати порушення прав авторів, не допускати матеріали, які містили б у собі явний плагіат, піратство і т.д. Ця діяльність звісно ж стала б початковим етапом боротьби із порушенням прав авторів у мережі Інтернет.

У літературі розрізняють такі види інтернет осередників:

1) провайдер доступу / просто посередник (англ. «Mere conduit») – забезпечує доступ до мережі, в тому числі підключення до мережі Інтернет кінцевих користувачів.

2) хостинг-провайдер (англ. – «Hosting») – надає інформаційні ресурси, що належать третій особі та забезпечує їх доступність. Особливим різновидом хостинг – провайдеру є контентпровайдер (постачальник контенту), який надає послуги щодо зберігання інформації, яка надається одержувачем послуги, в тому числі об'єктів авторського права та суміжних прав та забезпечує їх доступність. Окремі науковці відносять контент провайдера до самостійного виду інтернет посередників [5, с.54; 6, с.105];

3) Кеш-провайдер (англ. «Caching») – провайдер, що забезпечує автоматичне проміжне тимчасове зберіганні матеріалу в системі чи Інтернеті, що контролюється чи керується провайдером;

Вбачається, що діяльність кожного із вказаних видів інтернет посередників потребує спеціального правового регулювання, в тому числі і спеціальних умов настання юридичної відповідальності. Адже наявність юридичної відповідальності все ж таки пригальмовує процес порушення певних прав.

Проаналізувавши судову практику з питань вирішення спорів щодо авторського права в мережі, потрібно наголо-

сити на проблематиці самого фіксування правопорушення. Адже, самостійна фіксація, в суді не буде розглядатися як доказ, відповідно, фіксація повинна проводитися компетентним органом чи експертом, за умови, що доказ не буде видалений. Також, за дану процедуру, слід сплатити кошти, розмір яких підпадає під питання «прийнятної ціни».

На жаль, ще однієї проблемою є те, що судді не завжди розглядають справи стосовно захисту авторських прав, чи некомпетентності останніх у вирішенні питань суперечок з приводу порушення вказаних прав, або, все ж таки, неоднозначність застосування наявного законодавства.

Ми розглянули підстави для звернення до суду, з приводу порушення авторського права. Перелік надається згідно з законодавством України, але позиції підібрані під справи порушення авторського права в мережі Інтернет:

- плагіат оприлюднення (опублікування) повністю або частково чужого твору під іменем особи, яка не є автором цього твору в мережі Інтернет;
- підроблення, зміна чи вилучення інформації, зокрема в електронній формі, про управління правами без дозволу суб'єктів авторського права і (або) суміжних прав чи особи, яка здійснює таке управління;
- піратство у сфері авторського права опублікування, відтворення в мережі Інтернет.

Є декілька способів фіксування таких правопорушень:

- допомога приватних компаній, які здійснюють діяльність в сфері фіксації інформації на сторінках мережі Інтернет (дані підприємства, так як і перелічені знизу, мають можливість фіксації інформації на вебсторінці, навіть якщо вона була видалена);
- фіксація інформації та проведення експертних досліджень, відповідними судовими експертами (важливо:

напрям діяльності експерта – інтелектуальна власність, художні твори і т. д.)

Важливими документами (доказами) в суді є:

- свідоцтво про авторське право;
- фіксоване звернення до суб'єкта, що порушує авторське право, з намаганням досудового врегулювання спору, шляхом підписання ліцензійного договору;
- фіксовані випадки порушення авторського права (фіксація інтернет-сторінок, рахунки фактури на придбання об'єктів) відповідним експертом (Важливо: напрямок інтелектуальної власності, художніх творів і т. д.);
- експертиза на тотожність та схожість відповідним експертом (Важливо: напрямок інтелектуальної власності, художніх творів і т. д.);
- підписані ліцензійні договори з чітко визначеними сумами (винагородами), за використання того чи іншого об'єктів авторського права (для суб'єктів, що вимагають компенсацію збитків).

Підставами для відмови у задоволенні позовних вимог є наступні випадки:

- відсутність одного з документів доказової бази, що перелічені вище (Важливо: відео, фотофіксація (фотографії, скріншоти) не будуть вважатися вагомими доказами в суді, якщо вони зроблені самостійно та без участі відповідного уповноваженого експерта);
- неправильно визначений відповідач.

Підсумовуючи викладене, ми можемо зробити висновок, що сучасний рівень захисту авторських прав у мережі Інтернет далекий від ідеалу і потребує всебічного вивчення та впровадження результатів наукових досліджень у практику. Хоча дана сфера, на нашу думку, має бути обов'язково правильно врегульована, адже займає вагому частину в житті

суспільства, і «не збирається гальмувати» свій розвиток, а навпаки постійно розвивається та вносить певну новизну суспільні відносини.

Основними проблемами є:

- неузгодженість законодавства, відсутність спеціальних норм для регулювання Інтернетвідносин, невідповідність норм сучасним реаліям;
- відсутність спеціалізованого судочинства у заданій сфері, а саме, в даному випадку не функціонування Вищого спеціалізованого суду з питань інтелектуальної власності;
- низький рівень правової культури громадян, впевненість у правомірності своєї поведінки та боротьба за вільний доступ до інформації в мережі Інтернет;
- низький рівень підготовки державних службовців та програмістів;
- недостатнє фінансування з боку держави заходів щодо боротьби з піратством;
- анонімність користувачів мережі Інтернет, що робить складним або неможливим пошук винуватих у правопорушенні осіб;
- недостатній рівень знань авторів та правоволоділців у сфері захисту авторського права;
- швидкість розповсюдження неліцензійної продукції мережею Інтернет;
- складність фіксації доказів у мережі Інтернет та недостатність технологічного забезпечення осіб, які перешкоджають правопорушенням.
- негативна роль інтернет-посередників у порушенні авторських прав на твори, розміщених в мережі Інтернет.

Усунення цих проблем призведе до більш ефективних результатів у процесі боротьби з таким складним та специфічним явищем, як піратство в мережі Інтернет.

Захист об’єктів інтелектуальної власності.

ЛІТЕРАТУРА ДО ТЕМИ:

1. Орлова А. В. Проблеми захисту авторського права в Україні /А. В.Орлова, Л. В. Перевалова// Вісник НТУ «ХПІ». – 2014. –№ 37(1080). – С. 4–8.

2. Кирилюк А.В. Проблеми захисту авторських прав в мережі Інтернет /А.В. Кирилюк // Часопис цивілістики. – 2014. – № 16. – С. 126–130.

3. Жаров В. О. Захист права інтелектуальної власності в Україні : навч. посіб. / В. О. Жаров. – К.: Інст. інт. власн. і права, 2005. – 88 с

4. Нагорняк Г. Стан та проблеми захисту інформаційних продуктів як об’єктів авторського права у мережі Інтернет / Г. Нагорняк, І. Нагорняк, З. Оксентюк // Соціальноекономічні проблеми і держава. – 2012. – № 2 (7). – С. 209–217.

5. Рудник Т. В. Деякі проблемні питання захисту авторського права в Україні / Т. В. Рудник // Юридичний вісник. – 2009. – № 1(10). – С. 74–77.

7. Поняття безпеки інтелектуальної власності у мережі Інтернет

В обчислювальній техніці поняття безпеки досить широке. Мається на увазі надійність комп'ютера, збереження цінних даних і захист інформації від внесення в неї змін неавторизованими особами. Звичайно, у всіх цивілізованих країнах закони захищають безпеку громадян, але в області комп'ютерних технологій правозастосовна практика ще недостатньо розвинена, а процес законотворчості не встигає за розвитком комп'ютерних систем, і значною мірою базується на заходах самозахисту. Завжди виникає проблема вибору між необхідним рівнем захисту та продуктивністю мережі.

У деяких випадках заходи безпеки можуть розглядатися користувачами або споживачами як обмеження доступу та ефективності. Важливим досягненням комп'ютерних технологій є поява глобальних інформаційних мереж, таких як INTERNET, проте багато комп'ютерних злочинів пов'язано саме з INTERNET. Результатом досвіду використання мережі Інтернет є виявлена слабкість традиційних механізмів захисту інформації та відставання у застосуванні сучасних методів. Інтернет – це глобальний загальнодоступний інформаційний простір, який не має єдиного централізованого управління, одного власника та відокремленого майна, що загрожує авторському праву та суміжним правам. Відповідачем у таких справах може виступати власник сайту, на якому розміщено матеріал, оскільки саме він створив технологічну можливість такого розміщення. Однак до подання позову постає питання визначення власника сайту [1,3].

Широке використання комп'ютерних технологій в автоматизованих системах обробки інформації та управління поси-

лило проблему захисту інформації, що циркулює в комп'ютерних системах, від несанкціонованого доступу. Захист інформації в комп'ютерних системах має ряд особливостей, пов'язаних з тим, що інформація не є прив'язаною до носія, її можна легко і швидко копіювати і передавати по каналах зв'язку. Відомо дуже велика кількість інформаційних загроз, які можуть бути реалізовані як зовнішніми, так і внутрішніми порушниками. Слід зазначити, що дуже часто поширення інформації в соціальних мережах здійснюється з метою популяризації.

Яскравим прикладом є таке поширення інформації, як перенаправлення (відсилка) суб'єкту права інтелектуальної власності, яке здійснюється автором на сторінці в соціальній мережі. Наприклад, поет на новостворений вірш, журналіст посилання на свою статтю, або художник на новостворену пісню або новий кліп. Цей метод є ефективним для набуття популярності серед авторів, тому не можна однозначно сказати, позитивний він чи негативний. Однак такий розподіл може стати «загрозою для пересічної людини».

Соціальна мережа – це безкоштовна можливість для авторів публікувати свої роботи для значної кількості користувачів. Хоча сьогодні існують платні послуги зі штучного просування сайту в соціальних мережах, але це не зачіпає самої суті соціальних мереж. З моменту публікації інформації на своїх сторінках користувачі цих мереж не повинні самі робити будь-які кошти або внески в соціальні мережі. Інтернет, зокрема соціальна мережа, завдяки своїй місткості та функціональним можливостям дає змогу використовувати практично будь-який об'єкт права інтелектуальної власності через процес обробки інформації (зокрема шляхом її адаптації до ІТтехнологій). Отже, можна зробити висновок, що використання та відтворення об'єктів права інтелектуальної власності в соціальних мережах є невичерпним. [6, ст.215]

Однією з причин нелегального обігу творів є елементарна відсутність привабливих варіантів легального отримання необхідних творів за наявності нелегальних. Очевидно, що окремі правовласники не мають змоги контролювати розповсюдження об'єктів охорони в цифрових мережах та їх використання у створенні мультимедійних продуктів. Правовласники фактично позбавлені можливості захищати свої права в цифровому середовищі так само, як і при звичайному використанні об'єктів авторського права.Порушення авторських прав, наприклад плагіат, також заслуговує на окрему увагу. Однією з причин поширення плагіату є розвиток Інтернету, який спричиняє неконтрольований потік інформації, кількість якої постійно зростає. Плагіат — оприлюднення чужого твору, повністю або частково, під іменем особи, яка не є автором цього твору. Плагіат відрізняється приписуванням чужого авторства. Наприклад, у випадку піратства розповсюдження чужого твору може здійснюватися без згоди автора, але справжнє ім'я автора не приховується. Основними факторами, що зумовлюють порушення академічної доброчесності в частині поширення практики плагіату є: несформованість правового поля у цій сфері; слабка вкоріненість відповідних етичних норм, і навпаки – «багаті» традиції негативних практик.[5, ст.18]

Вирішенням проблем захисту об'єктів інтелектуальної власності в Інтернеті має стати, поперше, спеціалізоване законодавче регулювання в державі. Тоді автори не боялися б таких негативних явищ, як плагіат, піратство, а електронні бібліотеки могли б повноцінно працювати без загрози чиїмось правам. У цьому випадку користувачі зможуть знайти потрібну інформацію у зручний для них спосіб і не порушуючи закон, а автори будуть спокійні за свої авторські права. Порушення прав автора можуть бути пов'язані з порушен-

ням його особистих немайнових або майнових авторських прав. Проблема захисту авторського права і суміжних прав в Інтернеті сьогодні викликає все більший інтерес, оскільки ще не вироблено чіткої та єдиної позиції для всіх держав. І це не дивно, адже Інтернет як глобальна комп'ютерна мережа складається з невеликих комп'ютерних мереж, з'єднаних між собою, і є відносно новим засобом комунікації, який переживає стадію бурхливого розвитку. [2]

Соціальні мережі за своїми ознаками є сприятливим середовищем для реалізації функції об'єктів права інтелектуальної власності. Таким чином, за допомогою соціальних мереж можна популяризувати твори гуманітарної сфери, які є об'єктами авторського права і суміжних прав, а через них автори цих творів підвищувати свою популярність. В основному зазначений процес відбувається в результаті оприлюднення інформації або просто шляхом пересилання (пересилання) на об'єкт права інтелектуальної власності автора на сторінці в соціальній мережі. Якщо порівнювати методи та способи розповсюдження об'єкта права інтелектуальної власності в соціальних мережах з іншими засобами, такими як радіостанції, телебачення, реклама, участь у публічних виступах чи концертах, то, безперечно, така особливість соцмережах як вільний характер виділяється. [7,8]

Відповідно до ст. 432 ЦК України кожна особа має право звернутися до суду за захистом свого права інтелектуальної власності. За результатами розгляду справи суд може прийняти рішення: про застосування невідкладних заходів щодо запобігання порушенню права інтелектуальної власності та збереження відповідних доказів (п. 1 ч. 2 ст. 432 ЦК України); про застосування одноразового грошового стягнення замість відшкодування збитків за неправомірне використання об'єкта права інтелектуальної власності; про

оприлюднення в засобах масової інформації інформації про порушення права інтелектуальної власності та змісту судового рішення щодо такого порушення (п. 6 ч. 2 ст. 432 ЦК України).

В Україні склалася широка практика розгляду спорів, що виникають з приводу порушення прав інтелектуальної власності. Однією з проблем при розгляді даної категорії справ є визначення судом автора твору. Найкращим доказом підтвердження авторського права і (або) суміжних прав на твір є свідоцтво про його державну реєстрацію. Власники авторських прав мають на вибір широкий спектр як технічних, так і юридичних засобів контролю за розміщенням творів в Інтернеті до моменту порушення їх прав. Технічні методи захисту авторського права в мережі Інтернет можна умовно поділити на методи ідентифікації об'єктів права інтелектуальної власності, обмеження доступу, криптографічного перетворення тощо. Застосування способів захисту залежить від характеру твору, що захищається. Ідентифікація здійснюється за допомогою ідентифікаційного коду, цифрового підпису, цифрової марки.

Серед способів захисту прав інтелектуальної власності в мережі Інтернет окремо можна відзначити обмеження доступу до матеріалів, розміщених у мережі Інтернет, надання доступу до Інтернет-ресурсу за попередню плату. Також можливе використання «цифрових конвертів», які передбачають укладення договору з власниками певних ресурсів у мережі. Крім того, можливе застосування методів криптографічного перетворення матеріалів, наприклад шифрування, використання якого дозволяє обмежити або повністю виключити можливість копіювання творів. Ще одним способом захисту прав інтелектуальної власності є обмеження функціональності. За такого підходу власник

авторських прав надає користувачеві копію твору, яка має функціональні обмеження. Такий підхід є одним із способів реалізації таких бізнесмоделей, як «спробуй, перш ніж купити» та «продай покращені версії».

Одним із найефективніших і, на жаль, недооцінених правовласниками засобів запобігання порушенню своїх прав є договори. Правильно складені договори можуть надати власникам авторських прав ширші повноваження контролювати використання їхніх творів, ніж це передбачено законом.

Використання цифрових марок. Найбільш поширеною є система так званих «цифрових водяних знаків», що вводяться в твори (тексти, графічні зображення тощо) в мережі. Їхня перевага полягає в тому, що при звичайному візуальному огляді зображення користувач не бачить жодних закодованих позначок — значка авторського права (с), імені автора, року видання. Але потім, за допомогою певного програмного засобу, можна довести, що файли містять додаткову інформацію, яка вказує на особу, яка їх записала. [4, ст.1124]

Завдяки інтеграції України в європейське співтовариство, розвитку законодавства, судової практики, легше та економічно вигідніше діяти правомірно, домовившись із власником про користування, володіння та розпорядження об'єктом інтелектуальної власності. Прикладом цього є укладення ліцензійних договорів і ліцензій, договорів комерційної концесії (франчайзингу), договорів про передачу виключних прав тощо.

Висновок. Отже, можна зробити висновок, що розвиток глобальних комп'ютерних мереж сприяє виникненню проблеми дотримання прав інтелектуальної власності. Зрештою, Інтернет повністю складається з різних джерел

інформації, які містять об'єкти авторського права. Усі вони надзвичайно вразливі, оскільки майже все в Інтернеті є відкритим і вільно копіюється. Отже, оскільки порушене питання є невирішеним у всьому світі, відповідному правовому регулюванню має передувати вивчення та узагальнення міжнародного досвіду. Про що можна впевнено говорити, так це про необхідність підготовки законопроекту про порядок створення та організації діяльності засобів масової інформації в мережі Інтернет.

ЛІТЕРАТУРА ДО ТЕМИ:

1. *Основи правової охорони інтелектуальної власності в Україні / За заг. ред. О.Д. Святоцького. Київ, 2003. 236 с*
2. *Галінська С. Існування електронних бібліотек в Україні: сучасність та перспективи. Інтелектуальна власність. 2013. № 11 С 1722*
3. *Т. Літавський Захист ІВ у мережі Інтернет: як це теоретично має працювати? «Юридична газета online» 2020Опу-бліковано в №12 (718)*
4. *Гуменюк О. Арданов О. Плагіат та інші актуальні проблеми реалізації авторського права у діяльності засобів ма- сової інформації. Інтелектуальна власність 2015 № 5. С. 1321*

5. *Актуальні проблеми права інтелектуальної власності : навч. посіб. В.К. Матвійчук та ін. Київ, 2014. 352 с*
6. *Радкевич О.П. Конфіденційність персональної інформації у соціальних мережах. Вісник Вищої ради юстиції. 2012. № 3. С. 215–223.*
7. *Огнев'юк Г.З. Особливості використання об'єктів інтелектуальної власності в соціальних мережах. Підприємни- цтво, господарство і право. 2016. № 7. С. 21–25*

8. Проблемні питання захисту доменного імені

Домен (Domain name) – це унікальний буквено-цифровий набір символів, який визначає сайт у пошукових системах та для відвідувачів. Інакше кажучи, доменне ім'я – це ім'я сайту в інтернеті.

Види та рівні доменів класифікуються за наступними ознаками:

Рівні вкладеності доменів:

Перший рівень – це буквене позначення на кінці символьного запису, яке відокремлюється від основної назви сайту точкою. Друга назва цього рівня - доменна зона.

Другий рівень формується шляхом додавання унікальної назви сайту, яка має бути не лише оригінальною, але й звучною, легкою для запам'ятовування, не надто довгою і нести смислове навантаження.

Третій рівень – це допоміжний рівень, який використовується на декількох сайтах. З допомогою третього рівня вкладеності прописуються, наприклад, форуми (forum.site.ru), блоги (blog.site.ru) і т.д. Також третій рівень символьного імені застосовується для створення міні-сайтів, landing page і інших невеликих ресурсів. Такі домени можна створювати безкоштовно і самостійно в необмеженій кількості на базі придбаного доменного імені другого рівня.

Щоб визначити, яке символьне ім'я першого (вищого) рівня краще вибрати для реєстрації веб-ресурсу, потрібно знати, які зони існують. Вони розподіляються за кількома ознаками:

Національні – до цієї зони входять імена для сайту першого рівня, які складаються з буквенного позначення країни (.ru, .uk, .kz, .cn, .us). Реєструвати в цій зоні можна веб-майданчики, спрямовані на залучення аудиторії певної країни або держави.

1. Територіальні – ця зона включає регіональні та субре- гіональні домени, прив'язані не до однієї країни, а до гео- графічної місцевості або міста: .asia, .eu, .moscow, .berlin. Та- кож використовуються символьні імена другого рівня при прив'язці до зони, наприклад, .kiev.ua, .spb.ru, .msk.ru. Такі доменні зони використовуються для цільового залучення аудиторії в певній територіальній області та регіоні.

2. Міжнародні – зареєструвати сайт в таких доменних зонах може будь-хто. Найвідоміші з них: .biz — для біз- нес-проектів, .com — для сайтів комерційної спрямованості, .net – для загального використання. Найбільш використо- вувана доменна зона - .com, в якій реєструються не тільки комерційні сайти. Якщо передбачається залучати інтернаці- ональну аудиторію, то варто зупинитися саме на цьому типі доменів першого рівня.

3. Тематичні –такі домени вищого рівня передають те- матику ресурсу, як-от .cafe, .shop, .photography, .sale, і рідше використовуються при реєстрації інтернет-платформ. Це є перевагою, оскільки легше знайти оригінальне і унікальне ім'я для свого сайту. Також такий доменний запис надає оригінальності назві сайту і може бути швидше запам'ята- ний відвідувачами ресурсу.

Нажаль, в наш час викрадення доменів є досить поши- реною практикою. Існує безліч способів викрасти домен. Найчастіше це:

- Кіберсквотинг: в цьому випадку, шахраї реєструють адреси, що схожі на назви відомих брендів, або створюють співзвучні імена з назвами торгових марок, які ще не мають власних сайтів.
- Домейнінг (або доменне інвестування): це коли здійснюється покупка привабливих доменних імен з ме- тою їх подальшого перепродажу зацікавленим компаніям.

Можуть бути використані галузеві назви або словосполучення, корисні в бізнесі (наприклад, nails.best, town.info). На момент покупки такі домени можуть бути досить дорогими, тому інвестор ризикує, намагаючись прогнозувати, які назви стануть популярними на ринку і дозволять продати домен з прибутком.

Домен є ключовим елементом при створенні власного сайту в Інтернеті, тому виникає багато питань щодо його захисту. Ось деякі актуальні питання, пов'язані з цим:

1. Встановлення статусу clientTransferProhibited: ця автоматична установка, яку використовують багато провайдерів, робить неможливим автоматичний трансфер домену до іншого реєстратора. Не зважаючи на те, що більшість провайдерів мають цей статус, варто перевірити, чи встановлено його для вашого домену.

2. Підключення двоетапної авторизації: після активації цієї функції, навіть якщо у когось є ваш логін і пароль, для входу в обліковий запис потрібно буде підтвердити свою особу за допомогою телефонного дзвінка або введення коду, що прийде в СМС.

3. Приховування даних: деякі доменні зони приховують інформацію про власника доменного імені. Але у міжнародних зонах, таких як com, net, org, biz, цю інформацію легко знайти. На щастя, можна скористатися послугою приховування даних – це платна функція, але вона коштує недорого. Зокрема, це дозволяє приховати електронну пошту,яка найчастіше стає ціллю шахраїв.

4. Реєстрація домену на реальні дані: іноді клієнти при реєстрації вказують не реальні дані, що може ускладнити підтвердження їх права на доменне ім'я. Рекомендується вказувати реальні дані, щоб у випадку неправомірних дій третіх осіб мати можливість звернутися до суду або до арбітражу Всесвітньої організації інтелектуальної власності.

Щоб забезпечити максимальний захист домену, важливо пам'ятати про декілька додаткових кроків:

1) Подовження реєстрації домену: Щоб не допу- стити, що доменне ім'я випадково не продовжено, більшість реєстраторів пропонує опцію автоматичного продовження.

2) Автопродовження домену: Ця функція гарантує, що ваш домен буде автоматично продовжено до терміну закінчення реєстрації.

3) Використання надійного реєстратора: Це важливий аспект захисту вашого домену. Реєстратор повинен бути надійним, мати хорошу репутацію та надавати добру підтримку клієнтів.

4) Створення сильних паролів та їх регулярне оновлення: Це ще один спосіб уникнення несанкціонованого доступу до вашого аккаунту.

5) Уникнення фішингових атак: Це важливо ніколи не розкривати свої облікові дані відповідно на підозрілі електронні листи або повідомлення, які виглядають так, ніби вони прийшли від вашого реєстратора домену.

9. Особливості правової охорони секрету виробництва

У сучасних умовах динамічного розвитку виробництва, техніки й бізнесу, особливої актуальності набувають права на результат інтелектуальної діяльності людини. Одним з проблемних та актуальних питань стає захист права на секрет виробництва та «ноу-хау», позаяк досі немає чіткого визначення сутності цих явищ, не визначено їх правову природу та відсутній механізм охорони.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. На сьогодні існує доволі багато різних авторських визначень правового режиму секретів виробництва та «ноу-хау». Однак єдина уніфікована позиція щодо правової сутності даного явища відсутня, що свідчить про необхідність подальшого вивчення та узагальнення інституту як на доктринальному, так і на законодавчому рівнях.

В чинному законодавстві України відсутнє офіційне визначення поняття секретів виробництва, натомість є згадки про змістовно схожий правовий інститут «ноу-хау», однак він теж не урегульований належним чином. Як наслідок, суди порізному трактують поняття секрету виробництва та «ноу-хау», що ускладнює застосування інституту на практиці.

Щоб зрозуміти специфіку правового регулювання секретів виробництва, перш за все необхідно зрозуміти, що таке секрети виробництва, та якими законодавчими актами урегульовано дане питання.

Отже, пропонуємо під секретами виробництва розуміти, відомості будь-якого характеру, зокрема відомості про

результати інтелектуальної діяльності, які мають дійсну або потенційну комерційну цінність й у відношенні яких власником таких відомостей введений режим комерційної таємниці. Аналіз останніх досліджень і публікацій показує, що сьогодні існує чимало різних авторських визначень правового режиму секретів виробництва та «ноу-хау». Проте одностайної позиції щодо правової сутності цього явища не сформульовано, що підкреслює необхідність детальнішого дослідження та систематизації цього інституту, як на теоретичному, так і на законодавчому рівнях.

У діючому законодавстві України відсутнє чітке визначення поняття секретів виробництва, хоча зустрічаються посилання на подібний правовий інститут «ноу-хау», який також не має належного регулювання. В результаті судова практика виявляє різні підходи до трактування секретів виробництва та «ноу-хау», ускладнюючи застосування цих понять у реальних ситуаціях.

Для кращого розуміння особливостей правового регулювання секретів виробництва необхідно, перш за все, ясно визначити, що означають ці секрети, і які законодавчі акти регламентують це питання.

Отже, під секретами виробництва пропонуємо розуміти інформацію будь-якого роду, зокрема відомості про результати інтелектуальної діяльності, які мають реальну або потенційну комерційну вартість, і щодо яких власник встановив режим комерційної таємниці.

Варто одразу зазначити, що до таких відомостей у третіх осіб взагалі немає вільного доступу, це принципова вимога.

В законодавстві однак можна зустріти схожі за змістом поняття, такі як: «ноу-хау» та комерційна таємниця.

Дослівний переклад терміна «ноу-хау», означає «знати

як» (скорочення від «знати як робити»). Носієм «ноу-хау» може виступати різна ділова і технічна документація, ділові, торгові, виробничі, комерційні секрети.

Інститут «ноу-хау» з'явився в світовій практиці лише у XX столітті. Однією з перших ним скористалася компанія «Кока-кола», чий екстракт однойменного напою зберігається в режимі ноу-хау вже десятки років, приносячи їй мільярди доларів прибутку [1].

У режимі «ноу-хау» зазвичай функціонує насамперед технічна інформація, а також нерідко переходять патентоспроможні винаходи, причому одні з найбільш цінних з числа таких винаходів.

Сьогодні в Україні немає нормативноправового документа, котрий однозначно регулює явище «ноу-хау».

У Податковому кодексі України «ноу-хау» визначено як інформацію щодо промислового, комерційного чи наукового досвіду [2].

Законом України «Про державне регулювання діяльності у сфері трансферу технологій» під ноу-хау розуміється технічна, організаційна або комерційна інформація, яка отримана завдяки досвіду та випробуванням технології та її складових, яка: не є загальновідомою або легкодоступною, є суттєвою, тобто важливою та корисною для виробництва продукції, технологічного процесу та/або надання послуг; є визначеною, тобто описаною досить вичерпно, щоб була можливість її перевірки на предмет відповідності критеріям не загальновідомості та суттєвості [3].

Існує також Концепція проекту Закону України «Про охорону прав на комерційну таємницю» розпорядженням Кабінету Міністрів України від 5 листопада 2008 р. N 1404р, що мала б урегулювати питання «ноу-хау» та інших схожих об'єктів права інтелектуальної власності [4], Однак цього незробила.

У Законі України «Про інвестиційну діяльність», « ноу-хау» описано як сукупність технічних, технологічних, комерційних та інших знань, оформлених у вигляді технічної документації, навиків та виробничого досвіду, необхідних для організації певного виду виробництва, але не запатентованих [5].

Зазвичай, під «ноу-хау» мають на увазі секретні не запатентовані технологічні знання і процеси, практичний досвід, зокрема й методи, способи і навички, необхідні для проектування, розрахунків, будівництва й виробництва будь-яких виробів, інша недоступна широкій громадськості інформація.

В цивільно-правових договорах «ноу-хау» часто визначається, як об'єкт комерційної таємниці також складова комерційної таємниці.

Разом з поняттям» ноу-хау» отримав розповсюдження термін «tradesecret». У вітчизняній літературі він тлумачиться по-різному (торговий секрет, комерційний секрет, фірмовий секрет, діловий секрет тощо). Іноді терміни «ноу-хау» і «tradesecret» використовуються як синоніми. Однак, ці поняття не варто ототожнювати. Так, «tradesecret» можна визначити, як «діловий секрет», інформацію, що юридична або фізична особа, маючи в своєму розпорядженні, зберігає для себе, для власного користування, то «ноу-хау» є об'єктом передачі і відповідних правочинів.

Така неповнота законодавчих позицій щодо визначення «ноу-хау» не дозволяє судам однозначно його тлумачити. Судова практика наразі виходить з того, що «ноу-хау» ототожнено з комерційною таємницею та секретами виробництва. На які в однаковій мірі виникають майнові права інтелектуальної власності.

Отже «ноу-хау», хоча теоретично існує та зустрічається на практиці, не може використовуватися як дієвий механізм захисту.

Інша ситуація склалася з комерційною таємницею, що в достатній мірі урегулювала законодавчо. Комерційна таємниця включено до об'єктів права інтелектуальної власності, та як поняття закріплено стаття 420 Цивільного кодексу (далі ЦК). Окрім того в ЦК є глава 46, присвячена виключно праву інтелектуальної власності на комерційну таємницю [6].

Відповідно до статті 505 ЦК комерційною таємницею вважається інформація, яка є секретною тобто не є легкодоступною для осіб, які звичайно мають справу з таким видом інформації, у зв'язку з цим вона має комерційну цінність.

З наведеного визначення стає очевидним, що в законодавчому розумінні конфіденційна інформація є тотожною до поняття секрету виробництва.

Зауважимо, що не існує жодного нормативно правового акту, котрий дає вичерпний перелік відомосте, що можуть бути комерційною таємницею. Законодавство дає лише ознаки комерційної таємниці, в межах яких можна визнати певну інформацію конфіденційною.

Ознаки комерційної інформації наступні: вона є важкодоступною для широких мас; має комерційну цінність; підлягає збереженню в таємниці; стосується виробничого, організаційного, комерційного чи технічного процесів підприємства.

На підставі названих ознак можна запропонувати наступний перелік відомостей, що становлять комерційну темницю: незапатентовані науково-технічні розробки; промислові зразки; дизайн продукту, зображення тощо; бази даних та інші комп'ютерні програми, створені підприємством; відомості про програмно-технічне забезпечення компанії; технічні проекти; інформація про переговори; інформація про способи продажу та реалізації послуг, робіт чи товару; інформація про маркетингові дослідження, маркетингові акції тощо; незапатентовані товарні знаки; умови контрактів; усі види нововведень (фактично «ноу-хау»); дані про постачальників і покупців; маркетингові дослідження; зміст типових документів компанії; зміст внутрішньої бази знань компанії; внутрішня звітність компанії, її фінансові показники, баланс; відомості про систему оплати праці в компанії; відомості про джерела залучення клієнтів у компанію; відомості про клієнтів компанії (в тому числі їх адреси, імена, надані їм послуги, отримані від них документи, обсяг продажу окремим клієнтам); дані про розрахунок відпускних цін, розміри знижок тощо.

Перелік не є вичерпним, його можна розширити залежно від сфери діяльності компанії. Чим детальніше окреслити список інформації, що є комерційною таємницею підприємства – тим краще. Таким чином ці об'єкти перебувають під правовим захистом. Перелік варто залишити відкритим, щоб у подальшому була можливість його корегувати.

Які відомості не можуть бути зараховані до комерційної таємниці? У Постанові КМУ No611 від 09.08.1993 р., наведено перелік таких відомостей: документи про платоспромож-

ність; відомості про участь посадових осіб підприємства в інших організаціях, які займаються підприємницькою діяльністю; установчі документи, а також документи, що дозволяють займатися підприємницькою діяльністю та її окремими видами; державна звітність за всіма встановленими формами; дані, необхідні для перевірки розрахунку і сплати податків та інших обов'язкових платежів; документи про сплату податків і зборів; відомості про чисельність і склад працівників, їхньої заробітної плати загалом, за професіями, за посадами; про наявність вакансій; інформація про недотримання безпечних умов праці; інформація про реалізацію продукції, що завдає шкоди здоров'ю, а також про інші порушення законодавства і розміри завданих при цьому збитків [7].

Наступне питання яке варто розглянути, це що робити з комерційною таємницею, і чому існування цього інституту важливе для ведення бізнесу.

Загалом майнові права інтелектуальної власності на комерційну таємницю, тобто право на використання комерційної таємниці; виключне право дозволяти використання комерційної таємниці; виключне право перешкоджати неправомірному розголошенню, збиранню або використанню комерційної таємниці; інші майнові права інтелектуальної власності, встановлені законом, належать особі, яка правомірно визначила інформацію комерційною таємницею, якщо інше не встановлено договором (Ст. 506 ЦК) [6].

Термін дії виключного права: до тих пір, поки зберігається конфіденційність відомостей, що становлять зміст комерційної таємниці. Спори з приводу використання комерційної таємниці, вирішує суд.

Разом з тим існує можливість до відчуження комерційної таємниці її володільцем, тобто її можна відокремити від її носія і передати іншим особам.

Права на використання комерційної таємниці можна передати. Як вже зазначалося

раніше передаючи права на використання «ноу-хау» компанія заробляє чималі кошти.

Володілець нерозкритої інформації має виключне право на її використання. Це право володілець може передавати іншим особам (тобто і як право власності, і як виключне право на використання). Як власник, він може відчужувати свою власність будькому і в будь-який правомірний спосіб. Як володілець виключного права він має право також перешкоджати неправомірному розголошенню, збиранню або використанню комерційної таємниці.

Способи використання Комерційної таємниці наступні:

— Договір комерційної концесії. (Глава 76 ЦК) [6].

1. За договором комерційної концесії одна сторона (правовласник) зобов'язується надати другій стороні (користувачеві) за платню (роялті) право користування відповідно до її вимог комплексом належних цій стороні прав з метою виготовлення та (або) продажу певного виду товару та (або) надання послуг.

2. Предметом договору комерційної концесії є право на використання об'єктів права інтелектуальної власності (в тому числі комерційних таємниць), комерційного досвіду та ділової репутації. Предмет договору доцільно детально розробити, або ж визначити що саме відноситься до об'єкту комерційної таємниці в Додатку до Договору.

3. Договором комерційної концесії може бути передбачено використання предмета договору із зазначенням або без зазначення території використання щодо певної сфери цивільного обороту.

4. За даним договором правоволоділець зобов'язаний передати користувачеві за платню на певний строк чи без-

строково технічну та комерційну документацію і надати іншу інформацію, необхідну для здійснення прав, наданих йому за договором комерційної концесії, а також проінформувати користувача та його працівників з питань, пов'язаних із здійсненням цих прав. Така схема дає великим компаніям можливість розширювати ринки збуту, а маленьким та середнім — ефективно здійснювати підприємницьку використовуючи при діяльність, цьому засоби індивідуалізації, ноу-хау, репутаціюта діловий досвід перших.

— Договір комерційної субконцесії.

— Ліцензійний договір про надання дозволу на використання комерційної таємниці.

1. Це договір, за яким одна сторона (ліцензіар) надає другій стороні (ліцензіату) дозвіл на використання об'єкта права інтелектуальної власності (ліцензію) на умовах, визначених за взаємною згодою сторін з урахуванням вимог законодавства (ч. 1 ст. 1109 ЦК).

2. Предметом ліцензійного договору є ліцензія (дозвіл на використання об'єкта права інтелектуальної власності), а об'єктом охорони від недобросовісного комерційного використання (ст. 507 ЦК) [6].

Комерційна таємниця може мати найрізноманітніший характер, отже, і заходи щодо збереження її конфіденційності також можуть бути найрізноманітніші.

В господарських правовідносинах, безумовно, потрібен письмовий опис такої інформації. Тобто підприємцю необхідно скласти і затвердити перелік інформації, що в його компанії не підлягає розголошенню з боку співробітників.

Дієвий механізм захисту комерційної таємниці від її розголошення як інструмента несумлінної конкуренції на ринку складається з трьох основних елементів: організаційних заходів; технічних заходів; правових заходів [8].

Організаційні заходи захисту інформації передбачають обмеження доступу до відомостей, що є важливими для компанії. Це означає, що кожен співробітник компанії отримує можливість працювати лише з тими даними, які необхідні для виконання його обов'язків.

Технічні заходи захисту інформації передбачають використання спеціальних програм та обладнання, які забороняють перегляд і/або копіювання важливої електронної інформації. Для цього блокують доступ до жорсткого диска або можливість використання змінних цифрових носіїв.

Такі заходи покладають на системного адміністратора додаткові обов'язки: співробітник фірми звертається до нього, якщо потрібно отримати доступ до секретної інформації, мотивуючи свій запит. Тож у разі витоку даних системний адміністратор або інший уповноважений працівник швидко виявить підозрюваних. Інформацію, слід розбити на категорії за рівнем важливості (відомості, які вимагають максимально повної таємниці; інформація, розголос якої можливий, але не бажаний; повсякденна робоча інформація) і скласти список співробітників, що мають доступ до кожної групи інформації.

Правові, юридичні заходи захисту інформації відбувається шляхом внесення відповідних доповнень у наступні документи: статут організації (прописати про запровадження режиму комерційної таємниці); засновницький договір; колективний договір; внутрішнє винахід, корисна зразок, об'єкт авторського прав.

3. Ліцензіар, зобов'язана зберігати конфіденційність секрету виробництва до припинення дії виключного права або до припинення дії ліцензійного договору.

4. Ліцензіат зобов'язаний зберігати конфіденційність секрету виробництва і після припинення дії ліцензійного договору аж до припинення дії виключного права.

— Договір про передачу (відчуження) виключних майнових прав на комерційну таємницю (ноу-хау). За цим дого- вором права на комерційну таємницю відчужуються пов- ністю, за відповідну грошову винагороду. В іншому договірсхожий на ліцензійний.

Особа, котра правомірно володіє комерційною таємницею, має право на захист від незаконного її використання. Інформація що включена підприємством до комерційної таємниці охороняється за вимогою закону та існує фактично у режимі обмеженого доступу.

Органи державної влади зобов'язані охороняти від недобросовісного комерційного використання інформацію, яка є комерційною таємницею та створення якої потребує значних зусиль і яка надана їм з метою отримання встановленого законом дозволу на діяльність, пов'язану з фармацевтичними, сільськогосподарськими, хімічними продуктами, що містять нові хімічні сполуки. Ця інформація охороняється органами державної влади також від розголошення, крім випадків, коли розголошення необхідне для забезпечення захисту населення або не вжито заходів щодо її положення «Про комерційну таємницю і правила її збереження»; внутрішні положення «Про дозвільну систему доступу виконавців до документів і відомостей, що є комерційною таємницею підприємства», створення інших, подібних до названих нормативів; розробка інструкцій щодо дотримання працівниками режиму нерозголошення комерційної таємниці; розробка угоди про нерозголошення комерційної темниці, що укладеться з особами, котрі мають доступ до цієї інформації.

Отже, склад та обсяг відомостей, що становлять комерційну темницю, порядок їх захисту визначає самостійно її власник або керівник підприємства з дотриманням законодавства.

На підприємстві обов'язково на законодавчій основі повинні бути вжиті заходи по регулюванню прав володіння, користування та розпорядження конфіденційною інформацією, що складає його комерційну таємницю. За основу організації роботи по допуску до комерційної таємниці доцільно взяти вимоги, допуску до державних секретів, що досить чітко регламентовані Законом України «Про державну таємницю» (ст. 2230).

Під допуском до комерційної таємниці слід розуміти письмове розпорядження керівника (власника) підприємства або уповноваженої ним особи, яке надає конкретному співробітникові підприємства право на роботу або ознайомлення з документами, виробами та іншими носіями інформації, які класифіковані підприємством як комерційна таємниця.

Про встановлення комерційної таємниці на підприємстві керівник має видати відповідний наказ і затвердити перелік відомостей, що становлять комерційну таємницю. При прийнятті на роботу працівників, що допускаються до комерційної таємниці, доцільно укладати трудовий договір у письмовій формі. Одним із пунктів такого договору має бути обов'язок працівника про нерозголошення комерційної таємниці. Якщо з таким працівником укладається договір в усній формі, з ним можна укласти додаткову угоду про нерозголошення інформації, що е комерційною таємницею. Це також може бути письмове зобов'язання чи розписка працівника, форми яких затверджує керівник підприємства. Слід зауважити, що попередньо працівника обов'язково мають ознайомити з переліком такої інформації.

Якщо працівник відмовився прийняти на себе зобов'язання про нерозголошення, йому можуть відмовити в прийнятті на роботу.

В окремих випадках працівникам, що допускаються до комерційної таємниці, пропонують узяти на себе зобов'я-

зання про її нерозголошення після укладення трудового договору. За таких обставин працівник може погодитися з цією пропозицію та укласти про це відповідну угоду (підписати зобов'язання, дати розписку).

Обов'язок про нерозголошення, вважатиметься зміною істотних умов праці. Про такі зміни працівника повинні повідомити не пізніше ніж за два місяці. Якщо колишні істотні умови праці не можна зберегти, а працівник не згоден на продовження роботи в нових умовах, трудовий договір припиняється згідно з пунктом 6 статті 36 КЗпП [9].

Деякі підприємці з метою запобігання витоку інформації включають у трудові договори з топменеджментом компанії застереження про не конкуренцію. Співробітнику протягом певного терміну забороняється працювати в організаціях з аналогічним профілем діяльності, мати самостійні бізнес-свідносини з клієнтами компанії. Однак такі застереження суперечать національному законодавству щодо його гарантії на працю і свободу підприємницької діяльності.

Тому включати такі умови у трудовий договір недопустимо В разі подання судового позову від колишнього роботодавця, ймовірно, внутрішні положення організації про не конкуренцію будуть визнані недійсними.

На підприємстві доцільно створити систему накопичення інформації про осіб, які мали доступ до конкретних відомостей, що складають комерційну таємницю. Як правило, встановлюється триступенева система важливості комерційної таємниці, яка позначається такими обмежувальними грифами: «Комерційна таємниця — особливо важливо» («КТОВ») «Комерційна таємниця — суворо конфіденційно «(«КТСК») «Комерційна таємниця — конфіденційно» («КТК»).

Допуск конкретному співробітникові оформлюється до одного із вказани ступенів важливості відомостей в залежності від посади співробітника або характеру виконуваної ним роботи.

Рішення про надання доступу до конкретної комерційної таємниці і її матеріальних носіїв здійснюється у вигляді резолюції власника підприємства на документі, з яким знайомиться представник сторонньої організації, або шляхом оформлення окремого письмового розпорядження. З метою попередження витоку відомостей, з якими були ознайомлені особи, що отримали доступ до комерційної таємниці, від цих осіб береться зобов'язання про її збереження.

Іншим способом захисту конфіденційності інформації може стати взяття у осіб, які ознайомились з відомостями, що складають комерційну таємницю підприємства, зобов'язання про збереження ними в таємниці відомостей, які стали їм відомі. Таким юридичним документом може бути угода про конфіденційність (нерозголошення). Цей юридичний документ широко використовується в світовій практиці підприємництва.

Також доцільно при передачі представникові сторонньої організації копії документа, що містить комерційну таємницю, вимагати розписку на оригіналі та робити попередження в письмовій або усній формі про необхідність збереження в таємниці відомостей, які містяться в переданому документі або іншому матеріальному носії комерційної таємниці.

Часто IT компанії пропонують підписати договір про нерозголошення (NDA) своїм працівникам. Проте, самого підпису не достатньо, для того щоб такий договір діяв, необхідно здійснити ряд маніпуляцій.

1. Внести зміни в статут, де буде передбачено про те, що підприємство володіє комерційною таємницею;

2. В посадові обов'язки працівників запровадити обов'я-

зок по збереженні комерційної таємниці;

3. Наказом керівника підприємства затвердити положення про перелік комерційної таємниці підприємства, причому, визначити санкції за розголошення;

4. Під розпис ознайомити працівників із відповідним наказом та положенням про перелік комерційної таємниці;

5. У випадку встановлення факту порушення комерцій- ної таємниці наказом керівника підприємства сформувати відповідну комі- сію, котра проведе розслідування та встановить наявність факту порушення комерційної таємниці.

Якщо навіть весь алгоритм дій був виконаний, однак відомості все одно стали відомі третім особам, що далі?

Останнє питання, що хотілося б розглянути в межах заданої тематики, це відповідальність за розголошення комерційної таємниці.

За розголошення комерційної таємниці на порушника може покладатися дисциплінарна, матеріальна (відповідальність у межах трудових відносин) адміністративна, цивільноправова та кримінальна відповідальність.

Зокрема, за невиконання працівником зобов'язань за трудовим договором роботодавець може притягнути його до дисциплінарної чи матеріальної відповідальності. Статтею 147 КЗпП передбачено, що за порушення трудової дисципліни до працівника можуть застосувати: догана або звільнення. При цьому звільнення застосовується до керівника підприємства (філіалу, представництва, відділення та іншого відокремленого підрозділу), його заступників, головного бухгалтера підприємства, його заступників, згідно з пунктом 1 статті 41 КЗпП.

Підстави застосування зазначених дисциплінарних стягнень відповідно до ст. 147 КЗпП України повинні бути чітко передбачені у Положенні про комерційну таємницю підприємства.

Нюанси правової охорони секрету виробництва:

Визначення та Кваліфікація: Щоб інформація кваліфікувалася як секрет виробництва, вона мусить задовольняти певні критерії: бути комерційно цінною через свою таємничість, бути предметом розумних зусиль щодо збереження її в секреті, і не бути загальновідомою або легкодоступною.

Законодавче регулювання: Різні країни мають різне законодавство, що регулює захист комерційних таємниць. Наприклад, у США існує "Закон про Захист Торгових Таємниць" (Defend Trade Secrets Act), а в Європейському Союзі – "Директива про Захист Непублічної Бізнес Інформації".

Конфіденційність: Організації зобов'язані вжити необхідні заходи для забезпечення конфіденційності такої інформації. Це може включати фізичні та цифрові заходи безпеки, а також юридичні інструменти, такі як договори про нерозголошення (NDA).

Порушення та Судовий Захист: Порушення прав на секрети виробництва може відбутися у разі їх незаконного отримання, використання або розкриття. Власник такої інформації може звернутися до суду для захисту своїх прав і вимагати компенсації збитків.

Міжнародний Захист: Комерційні таємниці також захищені на міжнародному рівні різними угодами, такими як ТРІПС (Угода про Торговельні Аспекти Прав Інтелектуальної Власності).

Виклики: Одним з головних викликів в захисті секретів виробництва є розвиток цифрових технологій і збільшення ризику кібератак. Також, оскільки ноу-хау не є предметом такої реєстрації, як патенти, часто важко довести порушення та оцінити розмір збитків.

Захист секретів виробництва є ключовим елементом для збереження конкурентоспроможності компаній, і правильне його застосування може вимагати як юридичної експертизи, так і технологічних знань для забезпечення адекватного захисту від несанкціонованого доступу або розкриття.

Загальні підстави й умови матеріальної відповідальності працівників встановлено у статті 130 КЗпП. Підставою для матеріальної відповідальності є факт порушення працівником покладених на нього трудових обов'язків та настання внаслідок цього прямої дійсної шкоди.

Якщо роботодавець доведе, що йому було завдано шкоди внаслідок розголошення працівником комерційної таємниці, такого працівника за загальним правилом можна притягнути до матеріальної відповідальності у розмірі прямої дійсної шкоди, але не більше його середнього місячного заробітку.

Закон «Про захист від недобросовісної конкуренції» передбачає адміністративну відповідальність за неправомірне збирання комерційної таємниці (ст. 16), розголошення комерційної таємниці (ст. 17), схилення до розголошення комерційної таємниці (ст. 18), неправомірне використання комерційної таємниці (ст. 19). За вказані порушення настає відповідальність у вигляді штрафів, які накладаються Антимонопольним комітетом України (це правові засади захисту від недобросовісної конкуренції). Суб'єктами цих правопорушень є як юридичні, так і фізичні особи. Строк давності притягнення до відповідальності за недобросовісну конкуренцію становить три роки з дня вчинення порушення, а в разі триваючого порушення з дня закінчення вчинення порушення.

Адміністративна відповідальність покладається за ч. 3 ст. 1643 Кодексу України про адміністративні правопорушення у вигляді накладання штрафу від дев'яти до вісімнадцяти неоподатковуваних мінімумів доходів громадян.

Цивільноправовою санкцією за порушення, є відшкодування збитків. Збитки, заподіяні внаслідок вчинення дій, визначених законодавством як неправомірне збирання, розголошення та використання комерційної таємниці, підлягають відшкодуванню за позовами заінтересованих осіб у

порядку, визначеному Цивільним законодавством України (також ст. 255 Господарського кодексу, ст. 24 Закону «Про захист від недобросовісної конкуренції»).

За розголошення працівником комерційної таємниці його можна притягнути й до кримінальної відповідальності відповідно до статті 232 Кримінального кодексу України, у якій ідеться про те, що умисне розголошення комерційної або банківської таємниці без згоди її власника особою, якій ця таємниця відома у зв'язку з професійною або службовою діяльністю, якщо воно вчинене з корисливих чи інших особистих мотивів і завдало істотної шкоди суб'єкту господарської діяльності, карається штрафом від 1000 до 3000 неоподатковуваних мінімумів доходів громадян з позбавленням права обіймати певні посади чи займатися певною діяльністю на строк до трьох років.

Висновки. Головна складність притягнення до відповідальності у справах про секрети виробництва полягає в тому, щоб довести, що інформація, яка становила комерційну цінність, дійсно була таємницею.

Судова практика свідчить про те, що притягнення до матеріальної відповідальності колишніх топменеджерів компанії є майже неможливим через складності отримання доказів розголошення конфіденційної інформації. Під час більшості подібних судових процесів відповідачам вдається довести відсутність крадіжки комерційної таємниці.

Таким чином, найбільш ефективними методами захисту комерційної таємниці залишаються превентивні заходи, які включають грамотний підхід щодо укладення трудових контрактів з працівниками, чітку кадрову політику, а також встановлення надійної системи технічного захисту інформації.

ЛІТЕРАТУРА ДО ТЕМИ:

1. *Іванова В.В. Дослідження теорії поняття інновації. С. 1—8. URL: http://akademperiodyka.org.ua/docs/Posylannia.pdf.*

2. *Податковий кодекс України. URL: https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/275517.*

3. *Про державне регулювання діяльності у сфері трансферу технологій: Закон України. URL: https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/14316.*

4. *Концепція проекту Закону України «Про охорону прав на комерційну таємницю». URL: https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/14042008%D1%80.*

5. *Про інвестиційну діяльність: Закон України. URL: https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/156012.*

6. *Цивільний кодекс України. URL: https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/43515.*

7. *Про перелік відомостей, що не становлять комерційної таємниці: Постанова КМУ No*

8. *Що таке комерційна таємниця і як її захистити? URL: http://www.bankchart.com.ua/biznes/upravlinnya_biznesom/statti/scho_take_komertsiyna_taemnitsya_i_yak_y iyi_zahistiti.*

9. *Кодекс законів про працю України. URL: https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/32208.*

10. Питання правового захисту прав інтелектуальної власності

Розумний та раціональний захист інтелектуальної власності може впливати на функціонування економічної системи держави. Однак існує велика дискусія щодо того, хто виграє від захисту прав інтелектуальної власності, і за яких обставин суттєвий захист прав інтелектуальної власності є виправданим рішенням.

Загальною інтерпретацією є те, що менш розвинені країни реагують на порівняльну перевагу в імітації, знижуючи захист прав інтелектуальної власності, щоб зменшити вартість імітаційних витрат (зокрема, на використання іноземних технологій). Аналогічним чином, більш розвинені країни реагують на їх порівняльну перевагу в інноваціях шляхом підвищення захисту прав інтелектуальної власності, щоб збільшити вартість випуску інновацій [1].

Прийняття в новій редакції Закону України «Про судоустрій і статус суддів» від 2 червня 2016-го (далі – Закон), передбачає створення в Україні Вищого суду з питань інтелектуальної власності (далі ІРсуд). ІРсуди створені в багатьох країнах, зокрема в Японії, Фінляндії, Китаї, Південній Кореї.

Зокрема, одним із ключових досягнень у судовій системі Китаю, вважається створення Верховним судом Суддівського відділу інтелектуальної власності, який здійснює нагляд за справами конкретної категорії. У серпні 1993 року, згідно з наказом Верховного Суду, Пекінський Народний Вищий Суд створили палати з розгляду справ з інтелектуальної власності. Народні вищі суди в провінції Гуандун і Шанхай, а також низка місцевих судів швидко перейняли приклад. У кількох Народних судах на найнижчому рівні

також є спеціальні судові підрозділи для розгляду справ з інтелектуальної власності. Інші суди призначили колегії трьох суддів для розгляду спірних питань у сфері інтелектуальної власності [2, с.324].

Рисунок 7. Інтелектуальна власність.

Першочергово при реформуванні судової системи в Україні планувалося, що Вищий суд підвищить якість розгляду справ у сфері інтелектуальної власності, розглядаючи справи швидше, ніж існуюча система господарських, адміністративних і загальних судів. У перспективі цей суд може вирішувати справи без звернення до судового експерта, істотно спростить і здешевить судовий розгляд.

Відповідно до Закону у системі судоустрою діють вищі спеціалізовані суди як суди першої інстанції з розгляду окремих категорій справ, зокрема Вищий суд з питань інтелектуальної власності (ст. 31) [3].

У Касаційному господарському суді обов'язково створюються окремі палати для розгляду справ щодо: захисту прав інтелектуальної власності, а також пов'язаних з антимонопольним та конкурентним законодавством (ч. 6. ст.37))[3].

Однак створення Спеціалізованого суду викликало багато питань та нюансів. В Законі чітко не визначено, який саме суд має переглядати рішення ІРсуд як суд апеляційної інстанції, або суд касаційної інстанції. Вирішення даного питання віднесено до процесуального законодавства. (зокрема, в п.1 ч.2 ст.36 Закону зазначається, що ВС здійснює правосуддя, як суд касаційної інстанції, а у випадках встановлених процесуальним законом, – як суд першої або апеляційної інстанції).

Жодного положення щодо того, як має наповнюватись штат працівників судів, строки передачі приміщення під суд, де має виділятись приміщення, який орган та в які строки має передаватись приміщення, в якому саме місті має розміщуватись суд, як мають передаватись справи, які вже перебувають на розгляді суддів, в Законі України «Про судоустрій та статус суддів» не зафіксовано:

Отже без чітких розмежувань повноважень юрисдикції, а також при наявності спорів між юрисдикціями – виникне

зрозуміла плутанина, що відповідно є вельми негативною тенденцією при проведені реформ.

Однак варто також зазначити, що намітилися деякі позитивні тенденції створення Спеціалізованого суду.

По-перше, на сьогоднішній день справи з інтелектуальної власності розглядаються судами різних юрисдикцій, що призводить до різного застосування одних і тих самих норм законодавства, що регулює інтелектуальну власність. І, отже, породжує різну судову практику – часто абсолютно протилежну. В даному аспекті створення єдиного «уніфікованого» ІР суду дасть можливість уникнути різної правозастосовної практики і уніфікувати судову практику.

По-друге, незважаючи на те, що в судах різних юрисдикцій була введена спеціалізація суддів у справах інтелектуальної власності, судді як і раніше перевантажені розглядом справ, які не мають відношення до даної сфери, що не дає їм можливості глибоко вникати в досить специфічні питання. Це, в свою чергу, призводить до затяжного розгляду таких справ – від двох до п'яти років.

Для прикладу, терміни розгляду патентними судами, в середньому, складають один рік. Так, Патентний суд Великобританії як правило розглядає подібні справи за 1214 місяців, Федеральний Патентний Суд Швейцарії – за 12 місяців, Федеральний патентний суд Німеччини – максимум за 18 місяців. Таким чином створення спеціалізованого суду «розвантажить» дану категорію справ.

Передбачається, що Вищий суд буде діяти як суд першої інстанції, рішення якого можна буде оскаржити тільки в Касаційному господарському суді, що входить до складу Верховного суду. Тобто вже без апеляційного провадження, що, безумовно, значно скоротить терміни розгляду спорів з інтелектуальної власності.

Більш того, з огляду на вузьку спеціалізацію Вищого суду, суддям не потрібно буде «розпорошуватися» на інші справи, що гарантовано підвищить якість розгляду справ з інтелектуальної власності та кваліфікацію суддів.

По-третє, відповідно до Закону суддями Вищого суду можуть бути особи, які, крім проходження кваліфікаційного оцінювання, мають досвід професійної діяльності в сфері інтелектуальної власності (патентний повірений або адвокат) не менше п'яти років. Входження до складу суддівського корпусу Вищого суду професійних юристів і патентних повірених, які мають значний досвід у цій сфері, що буде також сприяти більш компетентному підходу до розгляду справ.

Є надія на те, що вузька спеціалізація нових суддів Вищого суду дасть їм можливість не брати висновки судових експертиз за абсолютний базис рішень (як це відбувається сьогодні), а розглядати справи об'єктивно, з урахуванням всіх доказів та власного досвіду.

Створення ІРсуду, швидше за все, не призведе до скорочення витрат сторін на розгляд справ з інтелектуальної власності: Законом не передбачено зобов'язання суддів мати або отримувати додатково технічну освіта, а значить, як і раніше потрібно буде проводити судові експертизи по кожній справі.

Наявність технічної освіти у суддів Вищого суду було б доцільним і логічним, оскільки практично у всіх спеціалізованих судах іноземних держав така вимога для суддів існує.

Наприклад, в Німеччині до складу суддівського корпусу Федерального патентного суду входять так звані «технічні судді» (technische Richter), які мають технічну і юридичну освіту. Судді патентних судів Великобританії та Швейцарії також повинні мати дві освіти: юридичну і технічну [4]. У

Сполучених Штатах окрім спеціалізації суддів, також існує окрема спеціалізація для адвокатів, уповноважених вести справи у сфері інтелектуальної власності [5]

Природно, що після початку роботи Вищого суду з інтелектуальної власності виникне багато питань, в тому числі щодо його повноважень, але в будь-якому випадку наявність спеціалізованої судової інстанції – це позитивний і серйозний крок для України щодо покращення захисту прав інтелектуальної власності та інвестиційної привабливості нашої країни.

Серед останніх тенденцій змін в сфері інтелектуальної власності не можливо оминути також, зроблені у порядку проведення реформ спроби ввести можливість «notice and takedown» у судове провадження. Незважаючи на те, що Закон України «Про державну підтримку кінематографії» ветований Президентом, підтримуємо думку, що введення «takedownnotice» – вже не юридична фантастика, а короткострокова перспектива. Тобто Україна найближчим часом отримає аналогічну США систему боротьби з порушеннями IP прав в Інтернеті.

Серед найбільших проблем галузі досі лишаються: погано врегульовані правовідносини щодо службових творів і творів, створених на замовлення. При спільної власності майнових прав (як в Україні) замовник замовляє розробку сайту, платить чималі кошти, а розробник після здачі замовлення починає використовувати такий же сайт теж. Національне законодавство передбачає, що права належать спільно, якщо інше не передбачено договором. Україні потрібно змінити своє законодавство і дозволити розвивати бізнес.

Інша проблема національного масштабу – відсутність в Україні свободи панорами.

Ці та багато інших нюансів чекають свого вирішення на законодавчому рівні та шляхом напрацювання стабільної судової практики.

Висновки. Світова система регулювання охорони інтелектуальної власності вже сформувалася. Україна повинна адаптуватися до неї, якщо планує розвиватися як складова частина світового господарства, а не як економіка, відмежована від світових тенденцій соціальноекономічного і технологічного розвитку. І за останні роки Україна значно активізувала процес входження в світові структури, що регулюють інтелектуальну власність, і вже є учасницею 15 з 26 універсальних міжнародних конвенцій і договорів у цій сфері.

Слід підкреслити, що протягом останнього десятиліття в Україні відбувався досить інтенсивний процес становлення системи охорони інтелектуальної власності. На сьогодні система органів регулювання сфери охорони інтелектуальної власності в Україні перебуває в завершальній фазі формування і вже здатна виконувати свої основні функції.

Створення в судовій системі окремого спеціалізованого суду з розгляду спорів у сфері інтелектуальної власності є позитивним зрушенням та цілком відповідає загальносвітової тенденції покращення механізмів правової охорони інтелектуальної діяльності.

Проблеми правового забезпечення інформаційної безпеки при побудові інформаційного суспільства в Україні, вдосконалення та систематизації інформаційного законодавства пов’язані з системним аналізом питань співвідношення інформаційного законодавства та законодавства у сфері забезпечення інформаційної безпеки.

Інформація та її рух вічні, а технічні і програмні зв’язку, телекомунікаційні та інші засоби виникли і розвиваються

як забезпечують і підвищують ефективність обробки, перетворення і передачі інформації саме в XXI сторіччі.

Розуміючи дедалі зростаючу роль і місце інформації в житті особистості, суспільства і держави, світове співтовариство 10 грудня 1948 р. прийняло загальну декларацію прав людини (затверджену і проголошену Генеральною Асамблеєю ООН), в якій були введені правові механізми, щоб забезпечити гарантії прав і свобод людини і громадянина, в тому числі інформаційні права і свободи [1, с. 45].

Було б правильним стверджувати, що саме з даних норм і виростає інформаційне право як самостійна правова галузь. А сформований і діє нині (як в Україні, так і за кордоном) значний за обсягом масив актів інформаційного законодавства один з основних джерел цього права підтверджує дану позицію. У Загальній декларації прав людини, затвердженої Генеральною Асамблеєю ООН 10 грудня 1948 г. [2, с. 3], поряд з іншими були проголошені і інформаційні права і свободи індивіда.

Конвенція Ради Європи про захист прав і основних свобод людини, прийнята в Римі 4 листопада 1950р., І Окінавская Хартія Глобального інформаційного суспільства вони розвивають положення, що закріплюють інформаційні права і свободи [3, с. 2; 4, с. 7].

У законодавчому полі зарубіжних країн також активно формується і розвивається інформаційне право як нова галузь. Найчастіше вона позначається як Information Law, або Law, Relating to Information.

На наш погляд, інформаційне право це система соціальних норм і суспільних відносин, що охороняються державою, що виникають в інформаційній сфері.

Основним предметом правового регулювання інформаційного права виступають інформаційні відносини, що

виникають при здійсненні інформаційних процесів створення, збору, обробки, зберігання, пошуку, передачі, поширення і використання даних.

Основними критеріями, які виступають фундаментом для формування цієї нової галузі інформаційне права є такі: 1) наявність реальних суспільних відносин інформаційного напряму, що потребують правового регулювання; 2) накопичення певного комплексного і щодо відокремленого в системі законодавства масиву нормативноправових актів, що регламентують інформаційні відносини; 3) єдність об'єкта правового впливу права на інформацію; 4) формування в сфері інформаційного законодавства окремих груп норм інститутів і підгалузей, що регулюють кілька відокремлені суспільні відносини в межах інформаційного права.

Сьогодні стан українського інформаційного суспільства потребує у динамічному розвитку правової системи, виявленні відповідних доктринальних положень і комплексної організації правового забезпечення інформаційної сфери. В юриспруденції неодноразово робилися спроби переосмислення закономірностей інформаційних систем.

Поява нових інформаційних технологій підвищили рівні захисту інформації та викликали необхідність в тому, щоб ефективність захисту інформації росла разом зі складністю архітектури зберігання даних. Загроза захисту інформації зробила засоби забезпечення інформаційної безпеки однієї з обов'язкових характеристик інформаційної системи та предметом наукового інтересу інформаційного права.

На сьогоднішній день існує широке коло систем зберігання і обробки інформації, де в процесі їх проектування фактор інформаційної безпеки зберігання конфіденціальної інформації має особливе значення. До таких інформа-

ційних систем можна віднести, наприклад, банківські або юридичні системи безпечного документообігу.

Питання захисту інформації в інформаційних системах вирішуються для того, щоб ізолювати нормально функціонуючу інформаційну систему від несанкціонованих дій.

Завдання захисту інформації та захисту інформації від комп'ютерних вірусів полягає в тому, щоб ускладнити або зробити неможливим проникнення, як вірусів, так і хакера до секретних даних, заради чого зломщики в своїх протиправних діях шукають найбільш достовірне джерело секретних даних.

Існують документи щодо захисту інформації, вони безперервно доповнюються і удосконалюються.

Моделі захисту інформації зафіксовані у ДСТУ 3396.096 «Захист інформації», який містить нормативноправові акти і моральноетичні заходи захисту інформації, і протидії атакам ззовні.

Правові основи захисту інформації можна виділити до 4 рівнів правового забезпечення інформаційної безпеки. Перший рівень правової охорони інформації та захисту складається з міжнародних договорів про захист інформації. На другому рівні підзаконні акти: укази Президента і постанови Уряду, листи Вищого Арбітражного Суду і постанови Пленумів судів. До третього рівня відносяться діючі норми ДСТУ. Четвертий рівень стандарту інформаційної безпеки, формують локальні нормативні акти, інструкції, положення і методи інформаційної безпеки і документація по комплексному правовому захисту інформації

Наразі існує проблема загальної теоретичної основи наукових досліджень, спрямованих на правову організацію суспільних відносин в інформаційній сфері. На наше глибоке переконання, інформаційне право активно розвивається, як самостійна галузь права, за якою майбутнє.

11. Юридичні особи як суб'єкти права інтелектуальної власності

Суб'єктами права інтелектуальної власності є такі: творець (творці) об'єкта права інтелектуальної власності (автор, виконавець, винахідник тощо) та інші особи, яким належать особисті немайнові та (або) майнові права інтелектуальної власності. Хоча автор – це здебільшого фізична особа, юридичним особам можуть належати немайнові та майнові права інтелектуальної власності, якщо їх передасть у власність сам автор.

Підстави набуття права власності (зокрема, на об'єкти інтелектуальної власності) – це юридичні факти, зазначені в законі, на підставі яких у певного суб'єкта правовідносин виникає тріада правомочностей (права володіння, користування та розпорядження).

Підставою і водночас способом набуття майнових прав інтелектуальної власності є договір (ліцензійний договір, авторський договір, договір комерційної концесії та інші).

Зазвичай сторонами в таких договорах є фізична особа (творець), яка передає у власність юридичним особам повністю або частково літературні та художні твори, комп'ютерні програми, компіляції даних (бази даних), фонограми, відеограми, передачі (програми) організацій мовлення, наукові відкриття, винаходи, корисні моделі, промислові зразки, компонування (топографії) інтегральних мікросхем, раціоналізаторські пропозиції, сорти рослин, породи тварин. Предметом у таких договорах є об'єкти інтелектуальної власності, які передаються в користування або повністю у володіння і розпорядження.

Юридична особа набуває майнові права інтелектуальної власності також у разі внесення майнових прав інтелекту-

альної власності до статутного капіталу такої особи, такий вклад підлягає попередній оцінці учасниками товариства.

Процес створення об'єкта права інтелектуальної власності має свої особливості. Він складається з декількох етапів, починаючи з ідеї і закінчуючи результатом у певній матеріальній формі. Такий результат підлягає правовій охороні. Юридичній особі відведена важлива роль під час формування таких об'єктів. Із розвитком технологій та глобалізації об'єктів інтелектуальної власності діяльність юридичних осіб у цій сфері змінюється та вдосконалюється.

Відповідно до ст. 421 Цивільного кодексу України суб'єктами права інтелектуальної власності є такі: творець (творці) об'єкта права інтелектуальної власності (автор, виконавець, винахідник тощо) та інші особи, яким належать особисті немайнові та (або) майнові права інтелектуальної власності [1].

Суб'єктами права інтелектуальної власності є такі: фізичні особи, юридичні особи, держава.

Автор – це фізична особа, а юридичним особам можуть належати немайнові та майнові права інтелектуальної власності, якщо їх передасть у власність сам автор.

Юридична особа може створювати організаційні, матеріальні умови для творчої праці людини, однак сама не може бути автором [2].

Юридичні особи набувають прав на об'єкти інтелектуальної власності за допомогою укладення договорів з авторами (фізичними особами) на передання майнових і немайнових прав [3].

Правом власності на об'єкти інтелектуальної власності є право володіння, користування та розпорядження (цивілістична тріада). Згідно з п. 26 Постанови Пленуму ВГС України від 17 жовтня 2012 року «Про деякі питання прак-

тики вирішення спорів, пов'язаних із захистом прав інтелектуальної власності» використання творів та/або суміжних прав, якщо інше не встановлено законом, допускається лише на підставі передбаченого ст. 1107 ЦК України договору щодо розпорядження майновими правами інтелектуальної власності [4].

До договорів набуття прав на об'єкти інтелектуальної власності юридичними особами можна віднести такі: договір відчуження майнових прав (різновид договору купівліпродажу або дарування), ліцензійний договір, авторський договір, договір комерційної концесії, трудовий договір, договір про створення за замовленням і використання об'єкта права інтелектуальної власності ст. 1107 ЦК [1].

Зазвичай сторонами в таких договорах є фізична особа (творець), яка передає у власність юридичним особам повністю або частково літературні та художні твори, комп'ютерні програми, компіляції даних (бази даних), фонограми, відеограми, передачі (програми) організацій мовлення, наукові відкриття, винаходи, корисні моделі, промислові зразки, компонування (топографії) інтегральних мікросхем, раціоналізаторські пропозиції, сорти рослин, породи тварин.

Предметом у таких договорах є об'єкти інтелектуальної власності, які передаються в користування або повністю у володіння і розпорядження.

Об'єкти права інтелектуальної власності можуть передаватись у власність як за винагороду, так і безоплатно (дарування, заповіт). Відповідно до підпункту 14.1.225 пункту 14.1 статті 14 ПК [5], будь-який платіж, отриманий як винагорода за використання або за надання права на використання об'єкта права інтелектуальної власності, є роялті.

Якщо договір про передачу прав інтелектуальної власності спрямований на повне відчуження майнових прав на

об’єкт прав інтелектуальної власності, то це є договір із передачі майнових прав інтелектуальної власності, а плата за таку передачу не є роялті, а звичайним платежем за реалізоване майно (товар).

Звернемо увагу на ліцензійний договір щодо об’єктів інтелектуальної власності. Ліцензія на використання об’єкта права інтелектуальної власності – це письмове повноваження, видане особою, яка має виключне право дозволяти використання об’єкта права інтелектуальної власності (ліцензіара), іншій особі (ліцензіату), що надає їй право на використання цього об’єкта в певній обмеженій сфері. Ліцензійний договір є договором передачі лише невиключного майнового права щодо використання об’єкта. На відміну від договору купівліпродажу, предметом договору ліцензії є нематеріальний об’єкт. Оплата за цим договором може здійснюватись у вигляді роялті, паушального (одноразового) платежу або комбінованого. Найбільш поширеним є комбінований платіж – ліцензіат сплачує паушальний платіж для отримання права користування, а потім, після того, як ліцензіат починає використовувати у своїй діяльності об’єкт інтелектуальної власності, сплачує роялті від реалізації такого об’єкта протягом усього терміну дії ліцензії.

До ліцензійних договорів можна віднести придбання доступу до електронного журналу, який містить у собі статті, захищені авторським правом, придбання комп’ютерних програм і придбання прав на музичні твори та відтворення їх у публічних місцях.

Цікавими є правовідносини, що виникають між роботодавцем і працівником у сфері інтелектуальної власності. Роботодавцем може бути юридична особа або фізична особапідприємець. Трудові відносини виникають після укладення трудового договору між роботодавцем і працівником.

Коли працівник під час виконання трудового завдання або виконання своїх обов'язків створює об'єкт інтелектуальної власності, то він належать працівникові, який створив цей об'єкт, та юридичній або фізичній особі, де або у якої він працює спільно (ч. 2 ст. 429 ЦК)[1].

Треба зазначити, що оплата не включає в себе заробітну плату працівника у разі створення об'єкта інтелектуальної власності під час виконання трудового договору. Згідно із ст. 96 Кодексу законів про працю заробітна плата – це винагорода за виконання роботи, а за об'єкти інтелектуальної власності сплачується роялті або паушальний платіж. Тому, заключаючи трудовий договір, фізична особа повинна бути уважною, залежно від того, що саме буде зазначено у трудовому договорі надалі фізична особа, яка створить об'єкт інтелектуальної власності, зможе себе захистити. [6]

Право на визнання особи творцем (автором, винахідником тощо) та право на недоторканність об'єкта інтелектуальної власності не залежать від розподілу майнових прав інтелектуальної власності і назавжди залишаються за працівником, навіть якщо всі виключні майнові права на об'єкти інтелектуальної власності належать або передані роботодавцю. Особисті немайнові права не можуть бути відчужені, але деякі з них (наприклад, право на недоторканність твору) можуть належати також спадкоємцям працівника.

Юридичні особи можуть набути права власності на об'єкти інтелектуальної власності лише у разі укладення договорів, за допомогою яких творець передає юридичним особам у власність повністю або частково своє творіння.

ЛІТЕРАТУРА ДО ТЕМИ:

1. Цивільний кодекс : Кодекс України від 16 січня 2003 р. URL.: https://zakon.rada.gov.ua/laws/show 43515 (дата звернення: 16.09.2022).

2. Довгерт А.С. Цивільний кодекс України. Постатейний коментар у двох частинах. Ч. 1. Юстиніан, 2005. 680 с.

3. Про деякі питання практики вирішення спорів, пов'язаних із захистом прав інтелектуальної власності : Постанова Пленуму ВГС України від 17 жовтня 2012 р. No 12 URL.: https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/v001260012 (дата звернення: 16.09.2022).

4. Податковий кодекс : Кодекс України від 2 грудня 2010 р. No 2755VI URL.: https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/275517 (дата звернення: 16.09.2022).

5. Кодекс законів про працю України : Кодекс України від 10 грудня 1971 р. No 322VIII. URL.: https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/32208 (дата звернення: 16.09.2022).

6. Про затвердження Національного стандарту No 4 «Оцінка майнових прав інтелектуальної власності» : Постанова КМУ, Стандарт від 3 жовтня 2007 р. No 1185 URL: https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/11852007 (дата звернення: 16.09.2022).

12. Деякі питання використання псевдонімів у авторському праві

Право на псевдонім забезпечує ідентифікацію письменника, слугує аналогом бренду у сфері авторського права, а також певним чином впливає на об'єм майнових прав автора та строки захисту об'єкта інтелектуальної власності. Псевдонім – це фіктивне ім'я, яке автор використовує для брендування власного контенту, увиразнення творчості чи унеможливлення плутанини його персони з іншим автором чи реальною фізичною особою. Псевдонім – це знак індивідуалізації творчої особи, саме тому має бути чітко визначений законодавством порядок його охорони та захисту за необхідності. Право на псевдонім входить у комплекс немайнових прав автора, хоча має значний вплив на комерційну успішність самого твору.

Існують обґрунтовані обмеження щодо вибору форми псевдоніма, а також юридичні особливості охорони авторських прав у разі його використання, однак дуже багато питань вирішуються виключно з позиції законодавчої та правової аналогії, а саме аналогії з регулюванням права на ім'я фізичної особи. Окрім того, псевдонім потрапляє під сферу дії права особистості (права публічності), яке досі погано врегульоване українським законодавством. Не існує також чіткого розуміння оформлення ліцензії на використання чужого псевдоніма, так само як регулювання збігів псевдонімів чи використання псевдонімів померлих авторів.

Псевдонім ідентифікує автора у сукупності зі справжніми прізвищем та ім'ям та авторським знаком. Псевдонім може бути простим, а може бути складеним. Законодавчих обмежень не передбачено, проте варто керуватися розумними сумнівами, а також аналогією вимог, які ставить закон до торгової марки.

Мати псевдонім – це право автора, котре у жодному разі не є його обов'язком. На об'єм прав автора значно вплине лише неідентифікований псевдонім (або анонімність).

Якщо строк дії авторського права закінчився, то, на відміну від твору, псевдонім не потрапляє до суспільного надбання.

Ст. 28 Цивільного кодексу (далі – ЦК) кожному гарантується право на ім'я, тобто право на ідентифікацію та персоналізацію у соціальному просторі.

Фізична особа набуває прав і виконує обов'язки (вчиняє правочини), користуючись власним ім'ям, проте ч. 2 ст. 28 ЦК гарантував право людини у разі вчинення певних правочинів користуватися псевдонімом (або лишатися інкогніто). Насамперед ідеться про творчі псевдоніми, що діють виключно у сфері інтелектуальної діяльності [1]. Ст. 14 Закону України «Про авторське право та суміжні права» (далі – Закон) містить такі немайнові права автора:

– мати псевдонім;

– використовувати та розпоряджатися псевдонімом (зазначати його на творах, вимагати зазначення замість справжнього імені під час будь-якого його публічного використання та на друкованих примірниках) [2].

Псевдонім (англ. pen name, фр. nom de plume) – це ім'я, яке автортворець використовує замість своїх справжніх ПІБ із низки причин. Псевдонім підкреслює унікальність автора, тобто виконує ту саму роль, що і бренд (торгова марка) для товарів і послуг у підприємств.

Явище псевдонімів відоме з 1700х рр., хоча атрибутом авторського права воно стало лише після появи перших документів, які офіційно закріпили існування цього інституту.

У 1780х рр. Олександра Гамільтона, Джеймса Медісона та Джона Джея під псевдонімом «Публій» надрукували «The

Federalist Papers». Троє чоловіків обрали ім'я «Публій» на честь засновника Римської республіки, псевдонім був знаковим [3].

Право на ім'я – це і право на першу частину і на прізвище фізичної особи, проте ім'я має бути настільки показовим, щоб чітко ідентифікувати фізичну особу [4]. Псевдонім буде захищатися вже у вимогу своїй унікальності. Зміст права на псевдонім можна за аналогією із правом на ім'я визначити як виняткове право фізичної особи (автора) мати псевдонім, використовувати його та розпоряджатися.

Рисунок 8. Найвідоміші псевдоніми.

Псевдонім індивідуалізує автора. Використання псевдоніма не є обов'язковим для учасника авторських правовідносин. Псевдонім може бути цілком вигаданим або ж складатися з імені автора, або бути складовою частиною справжнього імені (скороченням, пестливою формою). Псевдонім ідентифікує автора разом зі справжніми прізвищем та ім'ям та авторським знаком. Псевдонім може бути простим (одне слово чи кілька слів), а може бути складеним: містити слова та символи аналогічно до торгової марки. Теоретично жодних обмежень щодо створення псевдоніму не існує, окрім розумних обмежень.

У Законі зафіксовані обмеження, які висуваються для торгових марок, їх ми можемо застосувати за аналогією:

– заборонено використовувати офіційні назви держав, емблеми та найменування міжнародних міжурядових організацій,

– заборонено використовувати у назвах слова, що суперечать принципам моралі та гуманності.

Окрім цих обмежень, також автору не варто брати за псевдонім ім'я чужого персонажа (героя). В останньому випадку можлива поява претензії від авторавласника твору, де фігурує такий персонаж, спір вирішиться на користь первинного автора.

Якщо твір опубліковано анонімно чи під псевдонімом, який не ідентифікує автора, представником автора вважатиметься його видавець. Видавець буде захищати права й інтереси свого автора, виступатиме його представником, доки автор твору не розкриє себе, заявивши про своє авторство публічно у будь-який спосіб.

Окрім того, псевдонім, що не ідентифікує автора впливає на строк захисту авторських прав. Якщо до творів, написаних під псевдонімом, який дає можливість ідентифікувати автора, застосовується загальний строк дії авторських прав на твір, то до творів, опублікованих під не ідентифікуючими

псевдонімами, строк дії становитиме 70 років із моменту оприлюднення твору (а це в рази менше, якщо твір опубліковано за життя автора). Ще один нюанс: оприлюдненням вважається надання твору публіці для ознайомлення, тобто доступність твору шляхом опублікування, показу, демонстрації, сповіщення для широкої публіки. Перелік шляхів оприлюднення лишається відкритим.

Якщо псевдонім ідентифікує автора, тобто автора можливо знайти у реальності та логічно пов'язати із псевдонімом, то такий автор користуватиметься усім спектром авторських прав без жодних обмежень.

Якщо ж псевдонім не ідентифікує автора, то у разі виникнення спору чи претензій щодо авторства треба буде додатково довести належність псевдоніму конкретній фізичній особі.

Щодо анонімної публікації у мережі, то для того, щоб довести авторство, можуть знадобитися додаткові способи: провести експертизи, які доведуть, що автор, котрий виклав твір у мережу, зробив це із конкретної IPадреси.

Схожим чином питання псевдоніма розкриває іноземне законодавство. Так, авторське право в Австралії є автоматичним, безплатним і не вимагає реєстрації (аналогічно до українського). Тут так само не вимагається наявності справжнього імені автора на творі, щоб отримати захист авторських прав. Право бути ідентифікованим як автор твору також не впливає на те, використовує автор своє справжнє ім'я чи ні – якщо спосіб, яким автор хоче бути ідентифікованим, є розумним, але використання псевдоніма породжує два важливі питання інтелектуальної власності:

– Репутація псевдоніма. Ім'я (включаючи псевдонім) може мати репутацію. Важливо розглянути, чи може назва викликати суспільну плутанину з наявним ім'ям і чи було це

ім'я зареєстроване як торгова марка. В автора завжди є можливість зареєструвати свій псевдонім як торговельну марку.

– Тривалість дії авторських прав на твори. Зазвичай літературні, музичні, драматичні чи художні твори захищені австралійським законом протягом 70 років після року смерті автора, однак, якщо твір створено під псевдонімом, авторське право триває 70 років із моменту його першого опублікування – потенційно набагато менше часу. Виняток становить, якщо справжня особа автора «загально відома або може бути встановлена шляхом розумного розслідування» [6].

Псевдонім може належати одному автору, а може одночасно належати декільком авторам, щодо кількості співавторів не існує жодної заборони. Відомі численні випадки, коли твори публікують дватри автори під спільним псевдонімом.

Найцікавіший приклад комерційно успішного використання псевдоніма кількома співавторами є кейс «Кармен Морла» 2021 р. Троє чоловіків отримали престижну премію «Premio Planeta de Novela» за книгу «Звір». Автори Агустін Мартінес, Хорхе Діас і Антоніо Мерсер вже не перший рік пишуть та успішно друкують свої твори під жіночим псевдонімом Кармен Морла [7].

Останнє питання, яке стосується використання псевдоніма, – це можливість одного автора мати одночасно декілька псевдонімів. Знову ж таки, жодних законних обмежень щодо цього не існує. Більш того, доволі часто популярні автори мали два та більше псевдонімів, під якими публікували твори різних жанрів.

Ім'я автора чи псевдонім має бути зафіксований на друкованому виданні у межах знака копірайту. Єдиний охоронний знак авторських прав складається із трьох елементів: ©,

імені автора чи особи якій належать авторські права на твір, року першої публікації твору (©, Ім'я автора, 2021).

Говорячи про публікацію, Закон має на увазі не лише друковані видання. У ст. 1 Закону опублікування визначено розміщення як у класичній, так і в електронній формі. Варто проте зазначити, що некоректно використовувати в одному законі декілька термінів (опублікування/ публікація), навіть якщо це синоніми. Можуть виникнути сумніви щодо термінів і їх плутанина.

Схоже питання вирішив Закон «Про електронні документи та електронний документообіг». Тут всі твори, окрім книг, – це електронна (цифрова) інформація.

Бажано, щоб Закон урегулював питання оприлюднення та визначив чітко, де саме оприлюднений твір вважатиметься опублікованим, і не плутав поняття публікації й оприлюднення.

Останнє питання, яке варто розглянути, – це неправомірне використання псевдоніма автора. Знову ж, за аналогією із правом на ім'я, неправомірним використанням імені є його використання іншим автором як імені для своїх літературних персонажів. Коли літературний персонаж ототожнюється з реальною особою, це можна ідентифікувати як втручання в особисті права особи.

Відомим прецедентом був спір Олени Філіппової до режисерів серіалу «Приїжджі». За словами позивачки, героя серіалу можна було легко ідентифікувати з її чоловіком, через що вона добивалася заборони показу фільму. Виробникам серіалу довелося міняти ім'я обраного героя [4].

Обмеженням права на псевдонім за аналогією буде зазначення псевдоніма у рекламі без погодження з автором.

ЛІТЕРАТУРА ДО ТЕМИ:

1. Науково-практичний коментар Цивільного кодексу України. Станом на 15 вересня 2021 р. Київ : Професіонал, 2021. 1158 с.

2. Про авторське право і суміжні права : Закон України від 23 грудня 1993 р. No 3792XII URL: https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/379212#Text

3. INFOGRAPHIC: A History of Pen Names URL: https://electricliterature.com/infographicahistoryofpennames/

4. Охорона Особи. Закон і Бізнес. Юридична практика. No 2–3. 2013.

5. Pseudonyms for Authors: SelfPublishing Pen Name Tips. URL: https://selfpublishing.com/pennameselfpublishing/

6. Pen Names: A Useful Disguise Or A Legal Risk? URL: https://www.podlegal.com.au/pennamesausefuldisguiseoralegalrisk/

7. Анонімна письменниця кримінальних романів виявилася трьома чоловіками. URL: https://meta.ua/uk/news/world/27788anonimnapismennitsyakrimnalnihromanvviyavilasyatromacholovkami/

8. Імя чи псевдонім? URL: https://www.facebook.com/olga.burshtun/

Список використаних джерел

1. Актуальні проблеми права інтелектуальної власності : навч. посіб. В.К. Матвійчук та ін. Київ, 2014. 352 с

2. Акутальні питання інтелектуальної власності та інноваційного розвитку : матеріали міжнар. наук.практ. конф., м. Харків, 15–16 листоп. 2012 р. – Х. : НДІ ПЗІР, 2012. – 372 с.

3. Анонімна письменниця кримінальних романів виявилася трьома чоловіками. URL: https://meta.ua/uk/news/world/27788anonmnapismennitsyakrimnalnihromanvviyavilasyatromacholovkami/ (дата звернення: 25.11.2022).

4. Баранов О. А. Інформаційне право України: стан, проблеми, перспективи: підруч. / О. А. Баранов. – К.: Софт Прес, 2005. – 316 с.

5. Види доменів і особливості вибору доменної зони. URL: https://www.avahost.ua/ua/ (дата звернення: 12.10.2022).

6. Вступ до інформаційної культури та інформаційного права: кол. моногр. / за ред. М. Я. Швеця, Р. А. Калюжного. – Ужгород: Видво ІВА, 2003. – 240 с.

7. Галінська С. Існування електронних бібліотек в Україні: сучасність та перспективи. Інтелектуальна власність. 2013. № 11. С. 1722.

8. Гуменюк О. Арданов О. Плагіат та інші актуальні проблеми реалізації авторського права у діяльності засобів масової інформації. Інтелектуальна власність 2015 № 5. С. 1321.

9. Довгерт А.С., Кузнєцова Н.С. Цивільний кодекс України. Постатейний коментар у двох частинах. Ч. 1. Юстиніан, 2005. 680 с.

10. Іванова В.В. Дослідження теорії поняття інновації. С. 1-8. URL: http://akademperiodyka.org.ua/docs/Posylannia.pdf (дата звернення: 12.10.2022).

11. Коваль О. Авторське право своїми словами. URL: https://arkush.net/book/2530 (дата звернення: 16.09.2022).

12. Коваль О. Деякі особливості правової охорони секрету виробництва. Журнал Східноєвропейського права. –№60. – 2019. – С. 64–70.

13. Коваль О. Деякі питання використання голографії під час проведення

гастрольних заходів. Пріоритетні напрями досліджень в науковій та освітній діяльності матеріали Міжнародної науково-практичної конференції м. Львів, 5-6 грудня 2019 року. (частина 2). – Львів : Львівський науковий форум, 2019.– С.39–40.

14. Коваль О. Деякі питання правової охорони комерційної таємниці в законодавстві України. Virtus: Scientific Journal / Editor-inChief M.A. Zhurba. – February #31, 2019. – С. 256–259.

15. Коваль О. Деякі правові недоліки патентного захисту новітніх технологій: порівняльна характеристика. Проблеми та перспективи розвитку інноваційної діяльності в Україні: X Міжнародний бізнес-форум (Київ, 21 березня 2017р.) / відп. ред. Мазаракі А.А. – Київ:Київ.нац.торг.- екон. ун-т, 2017. – С. 89–92.

16. Коваль О. Деякі проблеми захисту авторських прав у мережі Інтернет Україна. Юридичний науковий електронний журнал. – 2019. – № 6. – С. 147–150.

17. Коваль О. Деякі проблеми захисту права особистості при створенні голографічного виступу. Альманах науки. – 2019. – №12(33). – С. 42–45.

18. Коваль О. Деякі проблеми правового забезпечення інформаційної безпеки: (сучасні реалії та перспективи розвитку). Україна в умовах реформування правової системи: сучасні реалії та міжнародний досвід: матеріали II Міжнар.

наук.-практ. конф.(м. Тернопіль, 21–22 квіт. 2017р.).–Тернопіль: Економічна думка, 2017.– С. 330–332.

19. Коваль О. Деякі проблеми створення і використання голограми людини: правові новели та сучасні цифрові технології Україна. Правова позиція. – 2019. –№ 4 (25). – С. 78–81.

20. Коваль О. Деякі способи захисту комерційної таємниці підприємства за законодавством України. Міжнародна науково-практична конференція: «Наука та інновації – 2019: теорія, методологія та практика» (06 грудня 2019 рік, м. Запоріжжя). МЦНД, 2019. – Т.4 – С.60–62.

21. Коваль О. Окремі питання організації правового захисту інтелектуальної власності спеціалізованим судом в Україні. Scientific Journal Virtus. – 2017. – #18, November. – P. 193–195.

22. Коваль О. Особливості державного регулювання зовнішньоекономічної діяльності в Україні. Науковий вісник Ужгородського національного унівеситету. Серія ПРАВО. Вип. 52. Том 1. – 2018. – С.154–157.

23. Коваль О. Право на публічність «right of publicity»: деякі питання правового регулювання / О.М. Коваль // Юридичний науковий електронний журнал. №8. – 2020.

24. Коваль О. Правовий захист інвестиційної діяльності, як гарантія економічної безпеки підприємництва. Міжнародна науково-практична конференція «Сучасні правові системи світу: тенденція та фактори розвитку» : матеріали між нар. наук.-практ. конф. – 2017. – 104–113.

25. Коваль О. Способи використання творів, як об’єктів інтелектуальної власності: цивільно-правовий аспект. Всеукраїнська науково-практична конференція: «Підприємницькі ініціативи»(05 грудня 2019 р., м. Київ). – К. : КНУТД, 2019. – С. 43–44.

26. Коваль О. Юридичні особи як суб'єкти права інтелектуальної власності. Науковий вісник Ужгородського національного університету. Серія «Право». – 2019. – № 58. – С. 137–139.

27. Коваль О.М. Деякі питання використання псевдонімів у авторському праві. Юридичний науковий електронний журнал. 2021. 11. С.185-187

28. Кодекс законів про працю України : Кодекс України від 10 грудня 1971 р. No 322VIII. URL.: https://zakon.rada.gov.ua/ laws/show/32208 (дата звернення: 16.09.2022).

29. Конвенція про захист прав людини і основоположних свобод (Рим, 4.XI.1950) // Голос України. – 2001. – No 3 (2503). – С. 6–8.

30. Концепція проекту Закону України «Про охорону прав на комерційну таємницю». URL: https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/14042008%D1%80 (дата звернення: 12.10.2022).

31. Кравець В.Р. Право інтелектуальної власності (у запитаннях і відповідях) : навч. посіб. / В.Р.Кравець, В.Г.Олюха. – К. : Центр учб. Лри, 2012. – 264 с.

32. Мироненко Н.М. Поняття суб'єктів права інтелектуальної власності та критерії їх класифікації. Теорія і практика інтелектуальної власності. 2009. № 2. С. 11–24.

33. Науково-практичний коментар Цивільного кодексу України. Станом на 15 вересня 2021 р. Київ : Професіонал, 2021. 1158 с.

34. Неоригінальні об'єкти згенеровані комп'ютерною програмою. Коваль О.М. Бублик К. С. V Міжнародна науково-практична конференція Innovations and Prospects in modern science, 08-10 Травня 2023 р, Стокгольм.

35. Огнев'юк Г.З. Особливості використання об'єктів інтелектуальної власності в соціальних мережах. Підприємництво, господарство і право. 2016. № 7. С. 21–25.

36. Окінавська Хартія Глобального інформаційного суспільства // Дипломат. вісн. – 2000. – No 8. – С. 51–56.

37. Основи правової охорони інтелектуальної власності в Україні / За заг. ред. О.Д. Святоцького. Київ, 2003. 236 с.

38. Охорона Особи. Закон і Бізнес. Юридична практика. № 2–3. 2013.

39. Погорілко В. Загальна декларація прав людини – одна з найважливіших загальнолюдських цінностей XX століття / В. Погорілко // Право України. – 1999. – № 4. – С. 7–9.

40. Податковий кодекс : Кодекс України від 2 грудня 2010 р. No 2755VI URL.: https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/275517 (дата звернення: 16.09.2019).

41. Про авторське право і суміжні права : Закон України від 23 грудня 1993 р. No 3792XII. Відомості Верховної Ради України. 2003. No 40, ст. 356.

42. Про гастрольні заходи в Україні: Закон України від 10 липня 2003 року No 1115IV. Відомості Верховної Ради України. 2004 р. No 7, ст. 56.

43. Про державне регулювання діяльності у сфері трансферу технологій: Закон України . Відомості Верховної Ради України (ВВР). 2006. № 45. ст.434). URL: https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/14316 (дата звернення: 12.10.2022).

44. Про деякі питання практики вирішення спорів, пов'язаних із захистом прав інтелектуальної власності : Постанова Пленуму ВГС України від 17 жовтня 2012 р. No 12 URL.: https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/v001260012 (дата звернення: 16.09.2022).

45. Про затвердження Національного стандарту No 4 «Оцінка майнових прав інтелектуальної власності» : Постанова КМУ, Стандарт від 3 жовтня 2007 р. No 1185 URL: https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/11852007 (дата звернення: 16.09.2022).

46. Про захист від недобросовісної конкуренції : Закон України від 07.06.1996 р. No 236/96ВР // Відомості Верховної Ради України. – 1996. – No 36. – Ст. 164. – Електрон. версія ред. 13.01.2009 р.

47. Про інвестиційну діяльність: Закон України. Відомості Верховної Ради України (ВВР), 1991, N 47, ст.646. URL: https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/156012 (дата звернення: 12.10.2022).

48. Про охорону прав на знаки для товарів і послуг: Закон України від 15 грудня 1993 р. No 3689XII. Відомості Верховної Ради України: офіційне видання від 15.02.1994 – 1994 р., No 7, ст. 36.

49. Про перелік відомостей, що не становлять комерційної таємниці: Постанова КМУ №611 від 09.08.1993 р. URL: https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/61193%D0%BF (дата звернення: 12.10.2022).

50. Про рекламу : Закон України від 3 липня 1996 р. No 270/96ВР. Відомості Верховної Ради України.1996 р. No 39, ст. 181. ISSN 25216473 Правова позиція, No 4 (25), 2019 113

51. Про судоустрій і статус суддів : станом на 6 верес. 2013 р. : відповідає офіц. текстові. – Х. : Право, 2013. – 192 с.

52. Радкевич О.П. Конфіденційність персональної інформації у соціальних мережах. Вісник Вищої ради юстиції. 2012. № 3. С. 215–223.

53. Рекомендації щодо дотримання авторського права і суміжних прав при організації та проведенні гастрольних заходів. Міністерство розвитку економіки, торгівлі та сільського господарства України. URL: http://me.gov.ua/Documents/Detail?lang=ukUA&isSpecial=True&id=196e635107bc4252a0febe9bbef8f0f4&title=RekomendatsiiSchodoDotrimannia AvtorskogoPravaISumizhnikhPravPriOrganizatsiiTaProvedenniGastrolnikhZakhodiv (дата звернення: 16.10.2022).

54. Рішення Києво-Святошинського районного суду Київської області від 26.01.2016 р. URL: https://reyestr.court.gov.ua/Review/55438350 (дата звернення: 12.10.2022).

55. Т. Літавський Захист ІВ у мережі Інтернет: як це теоретично має працювати? «Юридична газета online» 2020. Опубліковано в №12 (718).

56. Тетяна Пашковська Вищий «інтелектуальний» суд: на фінішній прямій // «Юридична газета». URL: http://yurgazeta.com/publications/ actual/vishchiyintelektualniysudnafinishniypryamiy.html (дата звернення: 12.10.2022).

57. Трансфер технологій, як складова інструменту управління інтелектуальної власності. / О.М. Коваль // А.Ю. Олійник, О.М. Коваль, В.В. Отруба The 3rd International scientific and practical conference «Fundamental and applied research in the modern world» (October 21-23, 2020) BoScience Publisher, Boston, USA. 2020. С. 473 - 479

58. Цивільний кодекс : Кодекс України від 16 січня 2003 р. URL.: https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/43515 (дата звернення: 16.10.2022).

59. Що таке комерційна таємниця і як її захистити? URL: http://www.bankchart.com.ua/biznes/upravlinnya_biznesom/statti/scho_take_komertsiyna_taemnitsya_i_yak_yiyi_zahistiti (дата звернення: 16.10.2022).

60. A. Lucas, H. J.Lucas, A. LucasSchloetter. Traité de la propriété littéraire et artistique. Lexis Nexis. 2012. 4e Edition. P. 393–394.

61. About investment activity: Law of Ukraine. Information from the Verkhovna Rada of Ukraine (VVR), 1991, No. 47, p.646. URL: https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/156012 (дата звернення: 12.10.2022).

62. Brandon Marsh Tupac Hologram Rocks Coachella and IP Laws. AM. UNIV. WASH. COLL. OF LAW : INTELLECTUAL

PROP. BRIEF (Apr. 19, 2012) URL: http://www.ipbrief.net/2012/04/19/tupachologramrockscoachellaandiplaws (дата звернення: 12.10.2022).

63. Catherine Colston Principles of Intellectual Property Law Routledge, 1999. 554 c. URL: https://books.google.com.cy/books?id=xCCPAgAAQBAJ&printsec=frontcover v=onepage&q&f=false (дата звернення: 12.10.2022).

64. CJEU Infopaq International A/S v Danske Dagblades Forening, Case C-5/08, Judgment of 16 July 2009. URL: http://curia.europa.eu/juris/liste.jsf?num=C5/08 (дата звернення: 16.10.2022).

65. Concept of the draft Law of Ukraine «On Protection of Rights to Commercial Secrets». URL: https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/14042008%D1%80 (дата звернення: 12.10.2022).

66. Copyright: plagiarism, piracy, citations copyright: plagiarism, piracy, citations Юридичний науковий електронний журнал. 2022. 10.

67. Daniel Bukszpan Life after death: Musicians are coming back to the stage thanks to holographic technology. URL: CNBC.com (дата звернення: 11.11.2022).

68. Drecolias Michael Spiro Tupac and Beyond: The Implications of the Tupac Hologram on Copyright and the Right of Publicity and What it May Mean for the Future of Music. Law School Student Scholarship. 2014. No 427. URL: https://scholarship.shu.edu/student_scholarship/427 (дата звернення: 12.10.2022).

69. Encyclopædia britannica: вебсайт. URL: https://www.britannica.com/technology/hologram (дата звернення: 10.10.2022).

70. Eriq Gardner, Robin Williams Restricted Exploitation of His Image for 25 Years After Death. The Holywoodreporter, March 30, 2015. URL: https://translate.google.com/translate?hl=uk&sl

=auto&tl=uk&u=http%3A%2F%2Fwww.hollywoodreporter.com%2Fthresq%2Frobinwilliamsrestrictedexploitationhis785292&anno=2&sandbox=1 (дата звернення: 12.10.2022).

71. F.P. Walton Actio personalis and the french law. Journal of Comparative Legislation and International Law. Vol. 18, No. 1 (1936). Pp. 40–59. URL: https://www.jstor.org/stable/754046?seq=1

72. Infographic: A History of Pen Names URL: https://electricliterature.com/infographicahistoryofpennames/ (дата звернення: 25.10.2022).

73. Information interventions as a new dimension of Ukraine's cyber – vulnerability / Diorditsa, I. V., Telestakova, A. A., Koval, O. M., Nazarenko, O. A., & Nastiuk, A. A. (2021).. Linguistics and Culture Review, 5 (S2), P. 152–166. https://lingcure.org/index.php/journal/article/view/1337 (Scopus).

74. Intellectual Property Protection Reform: Theory, Evidence, and Policy / Craig T. Scalise. NUS Press, 1999. – 69 c. ISSN: 2277–3878, Volume-8 Issue-3, September 2019. P.1431–1434.

75. Jana Moser Tupac Lives! What Hologram Authors Should Know About Intellectual Property Law. BUSINESS LAW TODAY (Sept. 21, 2012). URL: http://apps.americanbar.org/buslaw/blt/ content/2012/09/article02moser.shtml. (дата звернення: 16.10.2022).

76. Jonathan DReichman Rightof Publicity in 17 Jurisdictions Worldwide. Getting the Deal Through. 2012. 39 p. URL: https://www.potamitisvekris.com/wpcontent/uploads/2011/12/GTDTRightofPublicity2012.pdf (дата звернення: 16.10.2022).

77. Joseph J. Beard, Casting Call at Forest Lawn The Digital Resurrection of Deceased Entertainers – A 21st Century Challenge for Intellectual Property Law. 8 Berkeley Tech. L.J. 101

(1993). URL: http://scholarship.law.berkeley.edu/btlj/vol8/iss1/3 (дата звернення: 14.10.2022).

78. Koval O. Certain shading in the use of pen names in copyrights. Канада. Virtus: Scientific Journal / Editor-inChief M.A. Zhurba. 2021. №58

79. Le droit a l'image des morts. URL: http://www.muriellecahen.com/publications/imagemort.asp (дата звернення: 12.10.2022).

80. Legal and socio-psychological issues of bullying and cyberbullying / Kateryna Katerynchuk Sergiy Kyrenko Olha Nazarenko Olga Koval. Journal of law and political sciences. Vol. 29, issue 4 Sept. 2021 P. ISSN 2222-7288 E. ISSN 2518-5551(WoS)

81. Legal nature of «right of publicity» / О.М. Коваль // Матеріали міжнародної науково-практичної конференції»The world of science and innovation», 9-11 грудень 2020 года Лондон, Великобританія

82. Ling Li. Technology designed to combat fakes in the global supply chain. Business Horizons. March–April 2013. Vol. 56, Issue 2. P. 167–177.

83. Matthew Savare The Price of Celebrity: Valuing the Right of Publicity in Calculating Compensatory Damages. UCLA Entertainment Law Review, 11(1). 2004. P. 129–191.

84. Milton H. Greene Archives, Inc.v.Marilyn Monroe LLC. United States Court of Appeals, Ninth Circuit.Aug 30, 2012692 F.3d 983 (9th Cir. 2012) URL: https://casetext.com/case/milt onhgreenearchivesincvmarilynmonroellc (дата звернення: 16.11.2022).

85. Neal H. Klausner Sara l. Edelman Right of Publicity Claims. Expert Q&A, April/May 2017. Practical Law, 2017. PP. 16–19. URL: https://www.dglaw.com/images_user/newsalerts/Klausner_Edelman_Expert_QnA_Right_of_Publicity.pdf (дата звернення: 12.10.2022).

86. Optimization of Innovation Projects According To Criteria of Time and Resource Constraints. International Journal of Recent Technology and Engineering (IJRTE)

87. Pen Names: A Useful Disguise Or A Legal Risk? URL: https://www.podlegal.com.au/pennamesausefuldisguiseoralegal risk/ (дата звернення: 25.10.2022).

88. Petrychuk, M., Chekhovska, I., Rudaia, M., Koval, O., & Yatskovyna, V. (2022). Influence of state financial control on state authorities functioning: El impacto del control financiero estatal en el funcionamiento de las autoridades púbicas. Political Questions, 40(74), 347-362. https://doi.org/10.46398/cuestpol.4074.18 https://produccioncientificaluz.org/index.php/cuestiones/issue/view/3761/305

89. Philippe Jougleux, Eleni Synodinou. Holograms and intellectual property law: a multidimensional issue. European intellectual property review. ·January 2016. 13 p. URL: https://www.researchgate.net/publication/323167162 (дата звернення: 12.10.2012).

90. Pseudonyms for Authors: SelfPublishing Pen Name Tips. URL: https://selfpublishing.com/pennameselfpublishing/ (дата звернення: 25.10.2022).

91. Right of publicity: деякі питання правового регулювання / О.М. Коваль // The 3rd International scientific and practical conference»World science: problems, prospects and innovations» (November 25-27, 2020) Perfect Publishing, Toronto, Canada. 2020. С. 591-595

92. Sean Peasgood, Sophic Capital. The Counterfeiting Conundrum: How Technology Will Slam the Scam. 2014. URL: http://www.cantechletter.com/2014/10/counterfeiting/ (дата звернення: 14.10.2012).

93. Some issues of the legal regulation of «personality rights» / О.М. Коваль // I Internationak Scientific and Practical

Cjnference «Achievemebts and prospects of modern scientific research». (Buenos Aires 6-8 December, 2020) 2020.

94. Stephen Anson Hologram images and the entertainment industry. Washington journal of law, technology & arts. 2014. Vol. 10, No 2. P. 109–124.

95. Thomas McCarthy, The right of Publicity and privacy 2nd edition 2000, 1:3 at 12.1.Thomas M. Cooley, A Treatise on the Law of Torts or the Wrongs Which Arise Independent of Contract, Callaghan and Company, 1879.URL: https://repository.law.umich.edu/books/11/

96. Thomas Roussineau Charles Aznavour «versus» Henri Salvador: la Cour de cassation tranche. Avocats Publishing. URL: http://avocatspublishing.com/CharlesAznavourversusHenri (дата звернення: 16.10.2012).

97. Transplanting International Courts: The Law and Politics of the Andean Tribunal of Justice: International Courts and Tribunals Series / Karen J. Alter, Laurence R. Helfer. Oxford University Press, 2017

98. What is a commercial secret and how to protect it? URL: http://www.bankchart.com.ua/biznes/upravlinnya_biznesom/statti/scho_take_komertsiyna_taemnitsya_i_yak_yiyi_zahistiti

99. William Genereux Tupac Shakur Hologram at Coachella: Live Performances by Dead Superstars and the Intersection Between Law. Ethics and Marketing. 2012. URL: http://genereuxlaw.com/2012/06/07/tupacshakurhologramatcoachellaliveperformancesbydeadsuperstarsandtheintersectionbetweenlawethicsandmarketing2/ (дата звернення: 14.10.2012).

Зміст

Вступ 3

1. Правове регулювання права на публічність 7

2. Способи захисту комерційної таємниці підприємства за законодавством України 19

3. Деякі проблеми створення і використання голограми людини 25

4. Використання голографії під час проведення гастрольних заходів 40

5. Особливості правової охорони секрету виробництва 44

6. Проблеми захисту прав авторів у мережі Інтернет 61

7. Поняття безпеки інтелектуальної власності у мережі Інтернет 72

8. Проблемні питання захисту доменного імені 80

9. Особливості правової охорони секрету виробництва 84

10. Питання правового захисту прав інтелектуальної власності 103

11. Юридичні особи як суб'єкти права інтелектуальної власності 113

12. Деякі питання використання псевдонімів у авторському праві 119

Список використаних джерел 127

НАВЧАЛЬНЕ ВИДАННЯ

Коваль О.М. канд. юрид. наук, доцент

АКТУАЛЬНІ ПИТАННЯ ІНТЕЛЕКТУАЛЬНОЇ ВЛАСНОСТІ В УКРАЇНІ

Навчальний посібник

Редагування О.М. Коваль
Макетування Л.І. Яцута
Друк В. Почернін

Підписано до друку 02.08.2023.
Формат 60×84/16. Папір офсетний. Умовн. друк. арк. 8,1
Тираж 100 прим.

Свідоцтво про внесення суб'єкта видавничої справи до державного реєстру видавців і розповсюджувачів видавничої продукції ДК №7475 від 07 жовтня 2021 р.