

¹⁵ Каміл Ідріс. Інтелектуальна власність-потужний інструмент економічного зростання / Ідріс Каміл. – Всесвітня Організація Інтелектуальної Власності, 2006. – С. 182.

¹⁶ Паладій Н. Защита географических указаний происхождения товаров в Украине / Н. Паладій // Інтелектуальна власність. – 2001. – № 5–6. – С. 4.

¹⁷ Ващук Я. Про реєстрацію в Україні зазначень походження товарів [Електронний ресурс] / Я. Ващук. – Режим доступу: // patent.km.ua/ukr/articles/i1379

¹⁸ Лященко С. Охорона прав інтелектуальної власності, які стосуються природних мінеральних вод / С. Лященко // Інтелектуальна власність. – 2011. – № 8. – С. 26.

Резюме

Статтю присвячено вивченню особливостей використання географічних зазначень в Україні. Проаналізовано основні положення та зміст вітчизняного законодавства, що стосується регулювання відносин, пов'язаних із використанням та захистом географічних зазначень.

Ключові слова: географічні зазначення, просте зазначення походження товару, кваліфіковане зазначення походження товару.

Резюме

Статья посвящена изучению особенностей использования географических обозначений в Украине. Проанализированы основные положения и содержание отечественного законодательства, касающегося регулирования отношений, связанных с использованием и защитой географических обозначений.

Ключевые слова: географические обозначения, простое обозначение происхождения товара, квалифицированное обозначение происхождения товара.

Summary

This article is devoted to the study of features the use of the geographical pointing in Ukraine. The main provisions and maintenance of home legislation, touching adjusting of the relations related to the use and defence of the geographical pointing, were analysed.

Key words: geographical pointing, simple denotation of origin of commodity, skilled denotation of origin of commodity.

Отримано 16.02.2012

У. Б. АНДРУСІВ

Уляна Богданівна Андрусів, ст. викладач Львівського державного університету внутрішніх справ

СУЧАСНЕ ПРАВОВЕ СТАНОВИЩЕ ОРГАНІЗАЦІЙ МОВЛЕННЯ В МЕРЕЖІ ІНТЕРНЕТ

Бурхливий розвиток цифрових і комп'ютерних технологій ставить перед законодавцями все нові і нові завдання. Одним із них є регулювання відносин у мережі Інтернет. Глобальна мережа Інтернет – передове досягнення телекомунікаційних технологій сьогодення. У 2008 р. вже кожен шостий мешканець України був користувачем мережі Інтернет¹.

Зростаюча значимість комп'ютерної мережі полягає у тому, що вона є важливим джерелом отримання і поширення інформації. Як слушно відзначається фахівцями, завдяки інформаційній мережі Інтернет збільшилась швидкість поширення нових ідей². Адже фактично будь-який об'єкт як авторського права, так і суміжних прав може бути перенесений у «віртуальний простір».

Оскільки організації мовлення здійснюють свою діяльність, у тому числі з використанням сучасних інформаційно-телекомунікаційних мереж, питання про забезпечення належного рівня охорони прав теле-радіоорганізацій на результати їх мовної діяльності у цій сфері набуло особливої значимості.

На жаль, доводиться констатувати, що законодавець не завжди і не скрізь встигає за стрімким розвитком новітніх технологій, внаслідок чого виникає безліч проблемних питань правового характеру, які чекають свого остаточного вирішення. Так, сьогодні в Україні немає жодного нормативно-правового акта, який би на достатньому рівні забезпечував регулювання відносин, пов'язаних із web-мовленням, розповсюдженням інформації в українському сегменті Інтернет, у тому числі з використанням перетворених у цифрову форму програм (передач) організацій мовлення.

Зазначені обставини зумовлюють необхідність проведення ґрунтовного юридичного дослідження зазначених суспільних відносин.

Окрім аспекти регулювання організації діяльності мережі Інтернет досліджували такі науковці, як: К. О. Афанасьєва, Н. В. Аляб'єва, Г. Красноступ, Д. Козьяков, О. Капля, В. Дроб'язко та ін. Однак пробле-

ми, пов'язані з правовим забезпеченням діяльності організацій мовлення в Інтернеті, мережевих ЗМІ, практично залишилися поза увагою цивілістів.

Особливого значення у цих умовах набуває з'ясування правової природи Інтернет-мовлення та специфіки поширення результатів діяльності телерадіомовних організацій у міжнародній телекомунікаційній мережі. У цій роботі спробуємо віднайти шляхи вирішення окреслених назрілих проблем.

Перш ніж перейти до безпосереднього розгляду проблеми Інтернет-мовлення, доцільно зупинитися на деяких основних аспектах організації та функціонування мережі Інтернет.

Легальне визначення Інтернету закріплено в Законі України «Про телекомунікації» – всесвітня інформаційна система загального доступу, яка логічно пов'язана глобальним адресним простором та базується на Інтернет-протоколі, визначеному міжнародними стандартами³.

Натомість Модельний закон «Про основи регулювання Інтернету», ухвалений 6 травня 2011 р. на пленарному засіданні Міжпарламентської Асамблеї держав-учасниць СНД, цей термін тлумачить як глобальну інформаційно-телекомунікаційну мережу, що зв'язує інформаційні системи та мережі електров'язку різних країн за допомогою глобального адресного простору, заснованого на використанні комплексів Інтернет-протоколів (Internet protocol, IP) і протоколу передачі даних (Transmission Control Protocol, TCP), та надає можливість реалізації різних форм комунікації, у тому числі розміщення інформації для необмеженого кола осіб⁴.

У літературі також існує безліч трактувань цього нового явища. В одних випадках цивілісти визначають Інтернет як «всесвітню інтегровану систему добровільно об'єднаних комп'ютерних мереж (між мережа), побудовану на використанні протоколу IP і маршрутизації пакетів даних, тобто утворює глобальний інформаційний простір та використовується, як фізична основа доступу до веб-сайтів і багатьох систем (протоколів) передачі даних, які об'єднані у єдину логічну архітектуру»⁵.

Інший фахівець І. Л. Бачило, під Інтернетом розуміє «універсальну систему об'єднаних мереж, що дозволяють забезпечити включення будь-яких масивів інформації для подання її користувачам, надання довідкових та інших інформаційних послуг, а також здійснення різних цивільно-правових угод на основі комбінацій інформаційно-комунікаційних технологій»⁶.

Таким чином, Інтернет як глобальна комп'ютерна мережа дозволяє користувачам протягом нетривалого проміжку часу віднайти необхідну інформацію за допомогою пошукових систем, спілкуватись у режимі реального часу, обмінюватися інформацією та укладати договори. З технічної точки зору, мережа є сукупністю інформаційних ресурсів і систем, об'єднаних між собою набором програмного забезпечення.

Існуючу в мережі Інтернет інформацію можна умовно розділити на зміст (контент), тобто сайти, і інформаційний ресурс – програмне забезпечення віддаленого сервера, що дозволяє в режимі он-лайн при взаємодії з відповідною програмою комп'ютера певним способом обробляти та перенаправляти зміст мережевої інформації.

Для організації та забезпечення функціонування комп'ютерної мережі залучаються Інтернет-провайдери, які також іменуються як інформаційні посередники. За функціональними спроможностями їх поділяють на провайдерів (операторів) інфраструктури та провайдерів контенту (послуг). Такий поділ характерний для розвинених телекомунікаційних правових режимів.

Діяльність провайдерів інфраструктури орієнтована в основному на створення і обслуговування мереж зв'язку, вони не впливають на зміст, розміщуваного в мережі, контенту. Видається, що ці особи, не повинні розглядатися як бенефіціари Інтернет-мовлення, оскільки ними забезпечується лише доступ до мережі, тобто йдеться лише про технічну сторону сегменту.

Безпосереднє надання послуг користувачам утворює сферу діяльності провайдерів контенту (послуг), які надають власну інформацію, а також забезпечують доступ до неї.

З огляду на це, пропонуємо відобразити цю класифікацію і в правовому регулюванні, передбачивши різні правові режими для діяльності окреслених суб'єктів правової охорони.

Збільшення кількості користувачів мережі Інтернет зробило привабливою цю сферу і для організацій мовлення, які транслюють в мережі у режимі реального часу свої програми та передачі. Як слушно відзначається фахівцями, Інтернет є альтернативною платформою мовлення⁷. З огляду на це, практично усі провідні телевізійні та радіокомпанії інтегруються в Інтернет. Вважаємо, що в недалекому майбутньому глобальна мережа фактично поглине так звані «традиційні ЗМІ». Варто зауважити, що Національний реєстр електронних інформаційних ресурсів налічує 17 назв сайтів, що стосуються телебачення, 23 – радіо і 66 – винятково мережевих видань⁸.

Під Інтернет-ЗМІ слід розуміти регулярно оновлювані веб-сторінки, на яких розміщується інформаційний контент для перегляду/прослуховування публікою.

Серед цивілістів немає єдиного трактування щодо того, чи вважати веб-сайт засобом масової інформації чи Інтернет-ЗМІ є лише одним з різновидів сайтів мережі. Поширеною є точка зору, з якої вбачається, що веб-ресурсам вітчизняного сегмента Інтернет надається статус ЗМІ⁹. Однак існують думки, що спростовують цю позицію¹⁰.

На законодавчому рівні правовий статус інформаційних джерел у мережі Інтернет теж не визначений. Єдиним документом, у якому міститься вказівка на необхідність реєстрації інформаційних ресурсів у мережі Інтернет як ЗМІ, є постановка Пленуму Верховного Суду України «Про судову практику у справах про захист гідності та честі фізичної особи, а також ділової репутації фізичної та юридичної особи»¹¹.

Звернувшись до зарубіжного досвіду, зауважимо, що у США Верховний суд штату Нью-Йорк прийняв рішення, згідно з яким усі Інтернет-сайти, незалежно від їхнього змісту та професійного рівня, вважаються ЗМІ¹².

На нашу думку, Інтернет-ЗМІ мають суттєві відмінності від традиційних ЗМІ, що відображається як в поданні контенту, так і в концептуальних засадах роботи з інформацією. На відміну від телерадіоорганізацій, основною метою діяльності яких є створення та розповсюдження мовного контенту, Інтернет є технологією організації мережевих ресурсів, яка базується на цифровому способі передачі інформації між комп'ютерами світу. З огляду на це, викликає великі сумніви коректність віднесення web-сайтів та інших інформаційних ресурсів Інтернету до ЗМІ та застосування до них лише законодавства про телебачення та друковані засоби масової інформації.

Відзначимо, що на сьогодні немає загальноприйнятого позначення терміна, що стосується ЗМІ у мережі Інтернет. Науковцями та фахівцями у цій сфері вживається різноманітна термінологія: «Інтернет-ЗМІ», «мережеві ЗМІ», «онлайн-ЗМІ», «веб-ЗМІ» та ін.

На наше глибоке переконання, найоптимальнішим є використання термінів «Інтернет-ЗМІ» або «мережеві ЗМІ», оскільки їх сутність повною мірою відображає середовище, у якому панують ЗМІ, та мережевий характер комунікації.

Натомість інші поняття характеризують лише окремі аспекти діяльності ЗМІ в Мережі: «онлайн» вказує на обмін інформацією в «мережевому світі» у режимі реального часу, а «веб» позначає лише один із сервісів Інтернету.

Варто зауважити, що неврегульованим на законодавчому рівні залишається також питання про ліцензування та реєстрацію Інтернет-ЗМІ. Проаналізувавши законодавство наших сусідів з досліджуваної проблематики, відзначимо, що у РФ необхідність реєстрації Інтернет-ЗМІ є нормою¹³.

Стосовно ліцензування, вважаємо, що при поширенні аудіовізуальної інформації в мережі Інтернет отримання ліцензії на Інтернет-мовлення не є необхідним. Для такого виду мовлення достатньо отримати ліцензію на діяльність зв'язку, яка забезпечує лише доступ до Інтернету, тобто ліцензію отримує провайдер доступу. Однак, якщо провайдером доступу і провайдером контенту (програм Інтернет-мовлення) є дві різні особи, провайдер контенту може зовсім обійтися без ліцензії, уклавши договір про доступ в мережу з провайдером інфраструктури.

Необхідно також враховувати, що окрім організацій, які є аналогами існуючих традиційних ЗМІ, тобто здійснюють мовлення в ефір або по кабелю, а також з використанням Інтернету (до прикладу, сайт телеканалу), існують організації, які спеціально створені для трансляції власного мультимедіа в Мережі (мережні ЗМІ).

Організація мережевого мовлення – особа, яка бере на себе ініціативу і несе відповідальність за передачу публіці звуків або зображень, або зображень і звуків, або їх відображень, а також за монтаж і час розміщення контенту у цифровій формі в Інтернеті.

Під мережевим мовленням слід розуміти надання користувачам доступу до медіа-контенту як записаного мовником, так і в режимі реального часу, шляхом передачі через комп'ютерну мережу. Такі передачі є «мережевим мовленням», якщо засоби декодування надаються користувачеві організацією мережевого мовлення або з її згоди.

Сьогодні Інтернет-мовлення вийшло на новий рівень розвитку і набуває колосальних масштабів. Характерною особливістю такого мовлення є наявність двостороннього зв'язку між бенефіціарами і користувачами.

З'ясовуючи відмінності Інтернет-мовлення від наземного мовлення, зауважимо, що при використанні технології мережевого мовлення число користувачів може бути обмежене технічними можливостями сервера. При ефірному мовленні використовується електромагнітна хвиля, що дозволяє одночасно отримувати транслюваний телерадіоорганізацією мультимедіа необмеженим колом осіб.

Фахівцями виокремлюються такі різновиди технологій Інтернет-мовлення: push-технологія (технологія натиску) та технологія («streaming» (потокове мовлення))¹⁴.

Push-технологія (в перекладі з англійської мови слово «push» означає просування або натиск) є одним із способів доставки контенту користувачеві з Мережі. Ця технологія дозволяє одержувати інформацію з моменту приєднання до серверу, шляхом «виштовхування» обраних напередодні тематичних розділів на комп'ютер користувача. Користувач може підписатися на різноманітну інформацію від контент-провайдера і щоразу нове оновлення, сформоване на сервері, «просувається» на його комп'ютер.

Потреба в стрімінгу зазвичай зумовлена потребами Інтернет-ресурсів, які виходять за рамки стандартних рішень і звичайних пропозицій на ринку хостингу. З його допомогою можна легко і швидко організувати власне онлайн-радіо, мовлення конференцій, презентацій у режимі реального часу.

Стрімінг – це послуга потокового мовлення радіо- і телевізійних передач через Інтернет. З огляду на це, Інтернет-мовлення з використанням технології стрімінг є найбільш спорідненим з традиційним мовленням.

При технології стрімінг створюється «буфер» в оперативній пам'яті комп'ютера користувача, що дозволяє «завантажувати» контент на деякий час, при цьому, як слухаючі відзначається у літературі, на жорстких дисках комп'ютерів кінцевих користувачів не створюються постійні копії¹⁵.

Особливістю технології є те, що процес цифрової передачі (трансляції) в мережу відбувається у режимі реального часу. Зміст транслюваного медіа-контенту визначається мовником або провайдером за певною

сіткою (телепрограмою), при цьому доступ до потокового мовлення ініціюється користувачем. Задля отримання інформаційного матеріалу він спочатку повинен відправити запит на сервер.

Недоліком потокового мовлення є те, що користувачі «прив'язуються» до сервера трансляції, що, у свою чергу, не дозволяє їм «керувати» контентом, у результаті чого вони змушені слухати/дивитися файл з моменту підключення до Мережі, яка до того часу могла передати значну частину передачі.

Однак Інтернет, на нашу думку, сповідує більш прогресивну мету. Компромісною технологією поширення контенту є Інтернет-мовлення з використанням технології Multicast, яка забезпечує одночасну доставку за запитом ідентичного контенту всім користувачам, що істотно розвантажує канали передачі інформації.

Безліч позитивних моментів, що виникають у зв'язку із розростанням комп'ютерних мереж, практично врівноважуються наявністю низки проблем.

На жаль, на сьогоднішній день жодна міжнародна угода не надає охорони програмам організацій мовлення, які поширюються мережею Інтернет. Варто відзначити, що на національному рівні теж існують значні труднощі щодо адекватного правового регулювання використання інформаційного контенту у комп'ютерній мережі. Безперечно, що це жодним чином не відповідає існуючому розвитку новітніх технологій і не враховує інтереси організацій мовлення.

Вперше це питання на міжнародному рівні було порушено в 1996 р. представниками США під час обговорень тексту Проекту Договору про охорону прав організацій мовлення. Це цілком зрозуміло, адже новий договір покликаний з-поміж іншого розвинути використання е-середовища у сфері мовлення та гарантувати захист результатів діяльності організацій мовлення від цифрового піратства. Однак згодом пропозиція поширити положення Договору і на мережеве мовлення була відкинута, а міжнародний документ до цього часу так і не прийнятий.

Право на розповсюдження творів, виконань та фонограм в мережі Інтернет визнається у двох міжнародних актах: Договір ВОІВ про авторське право та Договір ВОІВ про виконання і фонограми. Обидва документи містять виключне право авторів, виконавців та виробників фонограм дозволяти доводити до загального відома своїх творів, виконань, записаних на фонограми, і власне фонограм через дротові або бездротові засоби зв'язку таким чином, щоб представники публіки могли отримувати до них доступ з будь-якого місця і у будь-який час за їх власним вибором. Аналогічним чином можна передбачити виключне право організації мовлення на розповсюдження програм (передач) в Інтернеті.

З огляду на зазначене, на наше переконання, перелік майнових повноважень мовників слід доповнити правом на ретрансляцію програм в мережі Інтернет, під яким слід розуміти доведення до загального відома звуків чи зображень, або зображень і звуків, або їх записів по проводам або за допомогою бездротових засобів через комп'ютерну мережу.

Окрім того зауважимо, що зважаючи на небажання більшості членів Постійного комітету з авторського права і суміжних прав ВОІВ включити окреслені положення до згаданого проекту, та з метою досягнення компромісу між ними, пропонуємо запровадити такий механізм: надати сторонам при ратифікації Договору можливість, на власний розсуд, застосовувати застереження щодо поширення або непоширення правої охорони прав організацій мовлення на результати своєї діяльності в Інтернеті.

Як зазначалось вище, організації ефірного та кабельного мовлення здійснюють трансляції своїх програм традиційними способами мовлення, а також можуть одночасно передавати ті самі програми через комп'ютерну мережу. Така практика мовлення на території більш ніж одного середовища в той же час отримала назву «simulcasting» (сімулястинг).

Охорона програм та надання прав організаціям мовлення при одночасному мовленні є дуже важливою. Зокрема, з метою запобігання неправомірного використання іншими особами програм, які одночасно з наземними та кабельними платформами транслюються в мережі Інтернет, необхідно запровадити у законодавстві механізм правового регулювання сімулястингу.

Наглядним при цьому є використання досвіду Постійного комітету з авторського права і суміжних прав. Так п. 3 Робочого документу по альтернативним і необов'язковим рішенням у зв'язку з охороною мережевого мовлення передбачено необхідність розширення охорони прав організацій ефірного мовлення на їхні власні передачі на одночасне і незмінне мережеве мовлення («одночасне мовлення»)¹⁶. Ця позиція ґрунтується на юридичних методах асиміляції одночасного мовлення в ефірне мовлення. Вбачаємо за доцільне відобразити дані положення у національному законодавстві.

Окрім того, практика розповсюдження програм та передач організацій ефірного мовлення та наземних радіостанцій у мережі Інтернет викликала стурбованість щодо охорони та захисту суб'єктивних прав суб'єктів авторського права та суміжних прав. Вважаємо, що розміщення об'єктів авторського права і (або) суміжних прав у телекомунікаційних мережах, зокрема, в мережі Інтернет, не змінює існуючих положень про їхню охорону, які задекларовані Законом України «Про авторське право та суміжні права». Отже, норми, що регулюють відносини, які виникають у реальному світі (поза мережею – оф-лайн), поширюються на відповідні відносини у віртуальному просторі (у мережі – он-лайн). Стосовно прав організацій мережевого мовлення – на них повинна поширюватися аналогічна охорона, яка надається організаціям ефірного і кабельного мовлення. Зауважимо, що такої ж позиції дотримуються міжнародні організації¹⁷ та деякі зарубіжні законотворці¹⁸.

Результати проведеного автором дослідження дають всі підстави для наступних висновків:

– на сьогоднішній день як на міжнародному, так і на національному рівнях існують значні труднощі щодо адекватного правового регулювання використання інформаційного контенту організацій мовлення у глобальній мережі Інтернет;

– Інтернет як комп'ютерна мережа дозволяє користувачам протягом нетривалого проміжку часу віднайти необхідну інформацію за допомогою пошукових систем, спілкуватись у режимі реального часу, обмінюватись інформацією та укласти договори;

– Інтернет є альтернативною платформою мовлення;

– окрім організацій, які є аналогами існуючих традиційних ЗМІ (ЗМІ в Інтернеті), існують організації, які спеціально створені для трансляцій власного мультимедіа в Мережі (мережні ЗМІ). Визначення правового статусу цих організацій та обсягу прав, які необхідно їм надати, потребує найскорішого вирішення;

– Інтернет-провайдері поділяються на провайдерів (операторів) інфраструктури та провайдерів контенту (послуг). Пропонуємо відобразити цю класифікацію на законодавчому рівні, закріпивши за ними різні режими правової охорони;

– Інтернет-ЗМІ – регулярно оновлювані веб-сторінки, на яких розміщується інформаційний контент для перегляду/прослуховування публікою;

– при поширенні аудіовізуальної інформації в мережі Інтернет ліцензію на Інтернет-мовлення отримувати не потрібно;

– організація мережевого мовлення – особа, яка бере на себе ініціативу і несе відповідальність за передачу публіці звуків або зображень, або зображень і звуків, або їх відображень, а також за монтаж і час розміщення контенту у цифровій формі в Інтернеті;

– мережеве мовлення – надання користувачам доступу до медіа-контенту як записаного мовником, так і в режимі реального часу, шляхом передачі через комп'ютерну мережу;

– різновидами технологій Інтернет-мовлення є:

push-технологія, яка дозволяє одержувати інформацію з моменту приєднання до серверу, шляхом «виштовхування» обраних напередодні тематичних розділів на комп'ютер користувача;

streaming – це послуга потокового мовлення радіо- і телевізійних передач через Інтернет в режимі реального часу;

– перелік майнових правомочностей мовників слід доповнити правом на ретрансляцію програми в мережі Інтернет, під яким слід розуміти доведення до загального відома звуків чи зображень, або зображень і звуків, або їх записів по проводах або за допомогою бездротових засобів через комп'ютерну мережу.

– з метою досягнення компромісу між державними-учасниками ВОІВ, пропонуємо запровадити такий механізм: надати сторонам при ратифікації Договору можливість, на власний розсуд, застосовувати застереження щодо поширення або непоширення правової охорони прав організацій мовлення на результати своєї діяльності в Інтернеті;

– з метою запобігання неправомірного використання іншими особами програм, які одночасно з наземними та кабельними платформами транслюються в мережі Інтернет, необхідно запровадити у законодавстві механізм правового регулювання сімульткастінгу, розширивши обсяг охорони прав організацій мовлення на їхні власні програми (передачі) на одночасне і незмінне мережеве мовлення;

– норми, що регулюють відносини, які виникають у реальному світі, поширюються на відповідні відносини у віртуальному просторі;

– на організації мережевого мовлення повинна поширюватися аналогічна охорона, яка надається організаціям фірмового і кабельного мовлення.

¹ World Internet Users/ March 2008 [Електронний ресурс] // Internet Usage Statistics.- Режим доступу: <http://internetworldstats.com/stats.htm>

² Андрушук Г. Рушійні сили системи інтелектуальної власності // Теорія і практика інтелектуальної власності . – 2011. – № 1. – С. 3–13. – С. 11.

³ Закон України «Про телекомунікації» 18 листопада 2003 року № 1280-IV // Голос України від 23.12.2003. – № 244. – Ст. 1.

⁴ Модельный Закон «Об основах регулирования Интернета» [Електронний ресурс] / Принят на тридцать шестом пленарном заседании Межпарламентской Ассамблеи государств-участников СНГ (постановление № 36-9 от 16 мая 2011 год). – Режим доступу: <http://medialaw.asia/files/>

⁵ Правова охорона винаходів і корисних моделей в Україні: проблеми теорії та практики: Монографія / За заг. ред. Ю. Л. Бошицький, Я. Г. Воронін. – К: Вид-во Європейського університету, 2010. – 342 с. – С. 207.

⁶ Бачило И. Л. Информационное право: основы практической информации. Учебное пособие / И. Л. Бачило. – М., 2001. – 352 с. – С. 210.

⁷ Оганджян С. Проблемы этического регулирования Национального общественного радио США в новейшей технологической среде [Електронний ресурс] / Сатин Оганджян // Законодательство и практика масс-медиа. – 2010. – № 3. – Режим доступу: <http://www.medialaw.ru/publications/zip/185/2.htm>

⁸ Козьяков Д. Масова інформація в мережі Інтернет: правові аспекти // Вісник Національної академії прокуратури України. – 2010. – № 1. – С. 120–123.

⁹ Аляб'єва Н. В. Договір про надання послуг у мережі Інтернет. Автореф. дис. на здобуття наук. ступеня канд. юрид. наук (12.00.03)/ Харківський національний університет внутрішніх справ / Аляб'єва Н. В. – Харків, 2010. – 18 с. – С. 6; Красно-

ступ Г. Правове регулювання Інтернет-засобів масової інформації. / Г. Красноступ // Бюлетень Міністерства юстиції України. – 2010. – № 3(101). – С. 82–87; Новицький А. М., Ріппа П. С. Сучасне правове становище засобів масової інформації, що здійснюють діяльність у мережі Інтернет / Новицький А. М., Ріппа П. С. // Правова інформатика. – 2010. – № 1(25). – С. 30–34. – С. 32.

¹⁰ Чадаєв. А. Иллюзии русского интернета: интернет-СМИ [Електронний ресурс] / А. Чадаєв. 2001. – Режим доступу: <http://www.russ.ru/netcult/20010410chadaev.html>; Корконосенко С. Г. Основы журналистики : Учебник для вузов. – М.: Аспект Пресс, 2004. – 287 с. – С. 102.

¹¹ Постанова Пленуму Верховного Суду України «Про судову практику у справах про захист гідності та честі фізичної особи, а також ділової репутації фізичної та юридичної особи» від 27 лютого 2009 р. // Вісник Верховного суду України від 03.03. 2009 р. – 2009 – № 3. – С. 7. – п. 12.

¹² Мацкевич О. Правовий статус Інтернет-ЗМІ. / Мацкевич О. // Теорія і практика інтелектуальної власності. – 2011. – № 1. – С. 28–36. – С. 32.

¹³ Артищев А. Помогут ли разъяснения? (До Постановления Пленума Верховного Суда РФ от 15 июня 2010 года, разъясняет судам, как применять отдельные положения Закона РФ «О средствах массовой информации») [Електронний ресурс] / Алексей Артищев // Законодательство и практика масс-медиа. – 2010. – № 6. – Режим доступу: <http://www.medialaw.ru/publications/zip/188/3.htm>

¹⁴ Peggy Miles, Internet World Guide to Webcasting: the Complete Guide to Broadcasting on the Web Publisher: John Wiley & Sons, 1998. – 448 p. – P. 4.

¹⁵ Дроб'язко В. Актуальні проблеми авторського права і суміжних прав у цифровому середовищі / В. Дроб'язко // Теорія і практика інтелектуальної власності. – 2010. – № 5. – С. 66–81. – С. 75.

¹⁶ Working paper on alternative and non-mandatory solutions on the protection relation to webcasting [Електронний ресурс] / April 13, 2005 prepared by the Chair of the Standing Committee on Copyright and Related Rights SCCR/12/5 Prov. Twelfth Session Geneva. -Режим доступу: http://www.wipo.int/meetings/en/details.jsp?meeting_id=6312

¹⁷ Элементы проекта договора по охране прав организаций эфирного вещания. [Електронний ресурс] / Постоянный комитет по авторскому праву и смежным правам. Двадцать вторая сессия Женева, 15–24 июня 2011 г. Режим доступу: http://www.wipo.int/edocs/mdocs...ru/sccr_22/sccr_22_11.doc

¹⁸ Постановление Пленума Верховного Суда Российской Федерации № 15 «О вопросах, которые возникли у судов при рассмотрении гражданских дел, связанных с применением законодательства об авторском праве и смежных правах» от 19 июня 2006 [Електронний ресурс] // Законодательство и практика масс-медиа. – 2006. – № 6. – Режим доступу: <http://www.medialaw.ru/publications/zip/142/3.htm>

Резюме

Стаття присвячена з'ясуванню особливостей правового статусу організацій мовлення у глобальній мережі Інтернет, що є особливо актуальним в умовах розвитку інноваційних телекомунікаційних технологій. У роботі проведено порівняльний аналіз статусу мережевих ЗМІ та ЗМІ в Інтернеті, визначено понятійно-категоріальний апарат, проаналізована правова природа мережевого мовлення, його різновиди. На підставі проведеного дослідження, зроблені висновки, які сприятимуть заповненню існуючих прогалин та подоланню колізій і неточностей.

Ключові слова: Інтернет, мережеве мовлення, симулькастинг, потокове мовлення, Push-технологія, мережеві засоби масової інформації, засоби масової інформації в Інтернеті, правова охорона

Резюме

Статья посвящена выяснению особенностей правового статуса организаций вещания в глобальной сети Интернет, что является особенно актуальным в условиях развития инновационных телекоммуникационных технологий. В работе проведен сравнительный анализ статуса сетевых СМИ и СМИ в Интернете, определен понятийно-категориальный аппарат, проанализирована правовая природа сетевого вещания, его разновидности. На основании проведенного исследования, сделаны выводы, которые будут способствовать заполнению существующих пробелов и преодолению коллизий и неточностей.

Ключевые слова: Интернет, сетевое вещание, симулькастинг, потоковое вещание, Push-технология, сетевые СМИ, СМИ в Интернете, правовая охрана

Summary

The article is devoted to the study of legal status broadcasting organizations in a global network Internet, that is especially actual in the conditions of development of innovative telecommunication technologies. The comparative analysis of status of network mass-Media and mass-Media in the Internet was conducted, a concept-category vehicle is certain, legal nature of the webcasting, their varieties was analysed. According to the results of the analysis it is concluded that will assist filling up of existent lacunas in law and overcoming of collisions and inaccuracies

Key words: Internet, webcasting, simulcasting, streaming, Push-technology, Network-media, medias in the Internet, legal protection.

Отримано 2.04.2012

А. Ю. ГОЛУБОВСЬКА

Альона Юріївна Голубовська, здобувач Київського національного університету імені Тараса Шевченка

ДЕЯКІ АСПЕКТИ ТЕРМІНОЛОГІЇ ТА ЗАСТОСУВАННЯ ЗАКОНОДАВСТВА ЩОДО ПОНЯТТЯ «ДОБРЕ ВІДОМІ» ТОРГОВЕЛЬНІ ЗНАКИ

Мета цієї статті: порівняти поняття «добре відомий» торговельний знак з такими категоріями як знаменитий торговельний знак, бренд, загальновідомий торговельний знак; обґрунтувати доцільність використання єдиного терміну: «добре відомий» торговельний знак; проаналізувати поняття «добре відомий» торговельний знак.

Сьогоднішні у світі немає єдності у використанні термінології щодо «добре відомих» торговельних знаків. Так, суди та автори коментарів використовують дуже багато термінів при посиланні на «добре відомі» торговельні знаки чи різноманітні їхні категорії, включаючи «ті, що користуються славою», «знамениті», «дуже відомі», «з сильною репутацією» і «виключно добре відомі»¹. Ці терміни мають настільки багато ступенів дублювання і взаємозв'язку, що їх багатократне використання спричинило досить велику кількість непорозумінь². Оскільки це питання є досить дискусійним (адже неодноразово обговорювалося на міжнародних конференціях та «круглих столах»), то розібратися у цьому словесному розмаїтті дуже складно. Що стоїть за цими словами: різні поняття, тотожні чи синоніми? Термінологічна невизначеність, підміна різних за змістом понять у законодавчих та нормативних актах призводить до неоднозначних трактувань, непорозумінь, плутанини та юридичних казусів. Спробуємо розібратися у цих термінах, проаналізувавши їхній зміст, практику застосування і дати деякі рекомендації щодо подальшого використання і внесення відповідних змін до чинного законодавства³.

Підґрунтям даного дослідження стали роботи Г. Андрошука, Є. Арієвича, А. А. Герца, Т. С. Демченко, О. О. Зайцевої, Т. Коваленко, І. Ю. Кожарської, В. М. Крижни, В. В. Орлової, Т. Родіонової, О. Росомахіної, Ф. Мостерта, Той-Су-Аунг та ін.

Сочатку варто акцентувати увагу на тому факті, що в нашій державі при характеристиці «добре відомих» торговельних знаків досить часто зустрічається термін «загальновідомий» торговельний знак. Річ у тім, що в Україні досить тривалий час не було однозначного та єдиного перекладу статті 6 bis Паризької Конвенції про охорону промислової власності (далі – Паризька конвенція) щодо «добре відомих» знаків. В англійській юридичній практиці використовується термін «*well known trademark*». Відповідно на російську мову цей термін було перекладено як «общеизвестный товарный знак», і після цього, уже в результаті російсько-українського перекладу отримали термін «загальновідомий торговельний знак». Проте безпосередній переклад з англійської дає змогу стверджувати, що більш коректним українським терміном потрібно вважати «добре відомий знак». Саме цей термін і було запропоновано для подальшого використання Українською Асоціацією власників торговельних знаків⁴. Саме він і був закріплений у ст. 25 Закону України «Про охорону прав на знаки для товарів та послуг»⁵. Отже, введення до сфери регулювання національного законодавства поняття «добре відомий» торговельний знак вже ні в кого не викликає сумнів, оскільки воно є найдоцільнішим і правильнішим перекладом англійського терміна «*well-known*»⁶. Таким чином, варто застосовувати єдину термінологію, а саме термін «добре відомий» торговельний знак.

Окрім того, досить часто при характеристиці «добре відомих» торговельних знаків використовують термін «бренд». Науковці висловлюють різні погляди з цього приводу.

Так, одні ототожнюють звичайну торговельну марку з брендом. Наприклад, А. А. Герц зазначає, що у сучасному світі компанія може володіти необмеженою кількістю торговельних марок, які часто називають «брендом»⁷.

Інші ототожнюють поняття «добре відома» торговельна марка з брендом. Так, О. Росомахіна зазначає, що звичайна торговельна марка має звичайний рівень відомості і вартості. Торговельна марка стає брендом у разі перетворення її на добре відому⁸. М. Дубинський зазначає, що в повсякденному вживанні поняття «відомий торговельний знак» досить часто підміняють звучним словом «бренд». Однак, юристи здебільшого оперують все-ж таки не «брендами», а «знаками»⁹. Підтримуємо вищезазначену позицію.

Варто зазначити, що при характеристиці «добре відомих» торговельних знаків найбільше проблем виникає при використанні таких категорій, як «добре відомий» (*well-known*) торговельний знак та «знаменитий» (*famous*) торговельний знак. Так, досить часто при аналізі законодавств та наукових видань різних країн світу можна спостерігати їх використання як синонімів, або як різних категорій.

Для кращого розуміння понять «добре відомий» (*well-known*) та знаменитого (*famous*) торговельного знаків спочатку надамо тлумачення таких категорій, як відомість та знаменитість.

Така категорія як відомість визначається як «стан, за якого щось добре знане або обговорюване багатьма людьми, особливо за рахунок значних його досягнень»¹⁰.