

УДК 347.77

Любов Майданик,*канд. юрид. наук,
асистент кафедри інтелектуальної власності
Київського національного університету імені Тараса Шевченка*

ПАРОДІЯ НА ДЕЯКІ ОБ'ЄКТИ ПРАВА ІНТЕЛЕКТУАЛЬНОЇ ВЛАСНОСТІ ЗА ЗАКОНОДАВСТВОМ УКРАЇНИ

Стаття присвячена аналізу цивільно-правових аспектів інституту пародії на окремі об'єкти права інтелектуальної власності за законодавством України: об'єкти авторського права й торговельні марки, а також формулюванню висновків і пропозицій щодо розуміння цих понять.

Ключові слова: пародія на торговельну марку, пародія на твір, об'єкти авторського права, обмеження майнових прав інтелектуальної власності.

Постановка проблеми. Питання правової природи пародії з погляду права інтелектуальної власності є актуальним як для правозастосовної практики, так і для науки цивільного права у світлі дослідження обмежень майнових прав інтелектуальної власності. Абсолютна новизна такого правового інституту, відсутність практичних і теоретичних напрацювань зумовлюють необхідність правового аналізу поняття пародії, змісту, а також визначення кваліфікуючих ознак. Крім того, динамічний розвиток суспільних відносин породжує нові підходи до розуміння пародії, зокрема стосовно можливості застосування не лише щодо об'єктів авторського права, а й щодо торговельних марок.

Законодавство України загалом підтримує прийняті міжнародні підходи до регулювання права інтелектуальної власності, однак існують окремі інститути, що лише нещодавно відображені на законодавчому рівні, тому не мають належного висвітлення в доктрині права України. До таких інститутів можна зарахувати пародію на деякі об'єкти права інтелектуальної власності, зокрема на об'єкти авторського права.

Низка монографій і наукових публікацій учених-цивілістів містять переважно фрагментарні положення з питань обмежень майнових прав інтелектуальної власності. Окремі аспекти поняття пародії в межах вільного використання об'єктів авторського права проводили такі вчені: Е.П. Гаврилов, В.О. Колосов, О.М. Коршакова, А.С. Штефан, В.М. Троцька.

Метою статті є проведення правового аналізу поняття пародії, змісту, кваліфікуючих ознак, а також визначення її місця у праві інтелектуальної власності. Крім того, потребує вирішення теоретичне питання щодо можливості застосування поняття пародії до окремих засобів індивідуалізації, зокрема торговельної марки.

Виклад основного матеріалу. За загальним правилом, будь-яке використання охоронюваного об'єкта права інтелектуальної власності може бути здійснено лише з дозволу правово-

лоділля, якщо інше не передбачено законом. Проте повне обмеження використання об'єктів права інтелектуальної власності може загальмувати розвиток науки, освіти, створення технологій і мистецтва. Тому з метою врахування інтересів суспільства в законодавстві про право інтелектуальної власності передбачено окремі випадки вільного використання об'єктів права інтелектуальної власності без отримання дозволу від праволоділля та виплати йому винагороди, зокрема щодо об'єктів авторського права. У публікації аналіз поняття пародії проведено через призму авторського права і права промислової власності.

1. Пародія на об'єкти авторського права.

У багатьох країнах світу одним із випадків вільного використання твору визнається пародія на об'єкти авторського права. Нещодавно українське законодавство було доповнено положеннями на підставі Закону України «Про внесення змін до Закону України «Про авторське право і суміжні права» щодо використання об'єктів авторського права в пародіях, попури та карикатурах» від 05.10.2016 стосовно врегулювання відносин, що виникають під час створення пародії, чим зумовлюється науковий інтерес до аналізу поняття і правової природи пародії в праві інтелектуальної власності.

Закон України «Про авторське право і суміжні права» в ст. 1 визначає пародію як твір, який є творчою переробкою іншого правомірно оприлюдненого твору або його частини, що за своїм змістом має комічний, сатиричний характер або спрямовується на висміювання певних подій чи осіб.

Як зазначалось, більшість країн світу містять положення у своєму національному законодавстві про випадки вільного використання об'єктів авторського права й суміжних прав. Так, у деяких країнах англо-американського права в основі лежить принцип добросовісності під час визначення кожного випадку використання твору як вільного без необхідності виплати винагороди та отримання дозволу (концепція «fair use» застосовується в США,

«fair dealing» – у Великій Британії). До таких випадків правозастосовна практика США та Великої Британії зараховує в тому числі пародію. Країни з континентальною системою права, в тому числі Україна, зазвичай передбачають вичерпний перелік випадків вільного використання об'єктів авторського права згідно з принципом триступеневого тесту, передбаченого Бернською конвенцією про охорону літературних і художніх творів. Проте такий підхід, передбачений Бернською конвенцією, неповною мірою відображений у Законі України «Про авторське право і суміжні права», оскільки під час практичного застосування здебільшого обмежений лише переліком окремих випадків вільного використання творів.

Відносно нещодавно інститут пародії як один із випадків вільного використання об'єктів авторського права закріплено в законодавстві Російської Федерації. Так, Цивільний кодекс РФ у п. 3 ст. 1274 встановлює, що створення твору в жанрі літературної, музичної чи іншої пародії або в жанрі карикатури на основі іншого оригінального правомірно обнародованого твору й використання цієї пародії чи карикатури допускається без згоди автора або іншого володільця виключного права на оригінальний твір і без виплати йому винагороди. Однак російський законодавець не здійснює тлумачення поняття «пародія» і його відмежування від інших правових конструкцій, наприклад, переробки, які не визначені як вільні випадки використання об'єктів авторського права. Такі положення призводять до неоднозначної правозастосовної практики в Російській Федерації. Аналогічні положення містяться також у цивільному законодавстві Білорусі та Казахстану.

З філологічного погляду під пародією розуміють літературний жанр. Із грецької *parodia* – це пісня навиворіт, переробка на смішний лад – сатиричний літературний, музичний тощо твір, що використовує які-небудь риси іншого твору, а також його форму [1, с. 73]. Основним призначенням пародії в авторському праві є висміювання певного об'єкта права інтелектуальної власності – літературного твору, аудіовізуального твору, виконання чи торговельної марки тощо. У зв'язку з цим варто відмежовувати пародію від сатири, метою якої є висміювання окремих явищ суспільного чи іншого характеру. А.В. Колосов зазначає, що в юриспруденції до пародії доцільно зараховувати твір, що висміює інший оригінальний твір або його частини [2, с. 122]. Отже, пародія з погляду авторського права є переробкою іншого твору, що відображено й у ст. 1 Закону України «Про авторське право і суміжні права». Однак для визначення твору як пародії не варто обмежуватися лише зазначеним положенням, тому необхідно визначити і проаналізувати окремі критерії розмежування пародії від звичайної переробки твору. Визначальною ознакою твору у формі пародії є комічний характер, оскільки пародія завжди спрямована на те, щоб викликати сміх. Крім того, О.М. Коршакова зазначає, що пародія має бути впізнаваною, тобто мати

ефект, при якому пародія неминуче асоціюється в особи, яка її сприймає, з оригінальним твором. Упізнаваність може досягатися або у зв'язку з удалим комічним відтворенням змісту оригінального твору, або у зв'язку із запозиченням форми оригінального твору. Пародія повинна бути очевидною, а пародійний твір має сприйматися не як запозичений, скопійований або перероблений у вигляді продовження, нової версії розв'язання сюжету тощо [3, с. 92]. З підходом щодо впізнаваності пародії як окремої її ознаки важко погодитись, оскільки не завжди оригінальний твір може бути відомий широкому загалу, тому таку ознаку варто виділяти як додаткову та необов'язкову.

Очевидно, що український законодавець урахував таку ознаку пародії, як гумористичний або комічний характер, що має значення надалі для формування однозначної судової практики.

А.С. Штефан виділяє також такі ознаки пародії, як наявність творчої переробки твору або його частини й попереднє правомірне оприлюднення твору, на основі якого здійснено пародію [4, с. 67]. Такі ознаки так само впливають з аналізу змісту ст. 1 Закону України «Про авторське право і суміжні права». Творча переробка твору через пародію можлива лише за наявності креативного внеску автора із запозиченням елементів оригінального твору. При цьому далеко не завжди форма первісного твору та пародії на нього мають збігатися, що водночас не впливає на правову охорону пародії. Так, пародія на усну доповідь може бути створена у формі аудіовізуального твору.

Виокремлення такої ознаки, як попереднє оприлюднення твору, що піддається переробці, обумовлене обов'язком інших дотримуватися особистих немайнових прав автора, зокрема права на оприлюднення (опублікування) своїх творів. У цьому зв'язку варто підтримати позицію А.С. Штефан, згідно з якою у випадку створення пародії шляхом переробки твору, який не був оприлюднений або оприлюднення якого відбулося без згоди автора, новий охоронюваний об'єкт не виникає, а використання такої пародії може визнаватися порушенням особистих немайнових і майнових прав автора первинного твору [4, с. 67]. Лише наявність зазначених ознак у сукупності (окрім впізнаваності, яка є додатковою) в об'єкті авторського права дає підстави для визнання його пародією, а відтак і для застосування правил, передбачених ст. 21 Закону України «Про авторське право і суміжні права», щодо вільного використання об'єктів авторського права.

На підставі аналізу деяких ознак пародії та її змісту можна зробити висновок, що під пародією на об'єкти авторського права доцільно розуміти твір гумористичного характеру, створений з метою висміювання іншого правомірно оприлюдненого твору в будь-якій формі шляхом імітації його окремих частин: персонажів, сюжету тощо.

2. Пародія на торговельні марки. Поняття пародії зазвичай застосовують щодо об'єктів авторського права, однак зарубіжна правозас-

товарна практика щодо захисту прав на торговельні марки пропонує нові підходи до розуміння цього інституту.

Так, апеляційний суд США у справі *Louis Vuitton Malletier проти Haute Diggity* виніс рішення про можливість здійснення пародії на торговельну марку. Американський виробник продукції для тварин *Haute Diggity* почав виробництво та розповсюдження нових жувальних іграшок для собак під назвою «Chewy Vuitton». Відомий виробник товарів класу люкс *Louis Vuitton Malletier*, який володіє правами на торговельну марку «Louis Vuitton», звернувся до суду за захистом своїх прав на торговельну марку, порушених діями компанії *Haute Diggity*. Суд у рішенні зазначив, що такі дії компанії *Haute Diggity* є пародією, оскільки наявне висміювання торговельної марки *Louis Vuitton*. Крім того, у судовому рішенні було зазначено про несхожість між товарами, які виробляє компанія *Haute Diggity* під позначенням «Chewy Vuitton», і товарами *Louis Vuitton Malletier* [5].

Такий підхід є новим як для науки цивільного права, так і для правозастосовної практики України, тому потребує вирішення питання про можливість визнання окремого використання торговельної марки пародією згідно з вітчизняними підходами.

У зазначеному вище прикладі охоронюване позначення було змінено, однак не втратило свій зв'язок із так званою первісною торговельною маркою, оскільки, очевидно, викликало стійку асоціацію з нею у споживача. Фактично здійснювалось використання знака для товарів і послуг, схожого на вже зареєстроване до ступеня змішування, з однією особливостю – таке позначення висміювало його.

Як зазначено вище, основною метою пародії є висміювання певного твору, явища. Однак спірним видається застосування підходів до пародії в авторському праві до торговельних марок, адже правова природа таких об'єктів права інтелектуальної власності різна. Так, нещодавнє доповнення ст. 21 Закону України «Про авторське право і суміжні права» положенням про пародію зумовлене посиленням охорони конституційного права будь-якої особи на свободу вираження думки і слова, на вільне вираження своїх поглядів і переконань, яке тісно пов'язане зі свободою творчості людини.

Торговельні марки – це позначення, що використовуються для індивідуалізації товарів і/або послуг, які отримують правову охорону шляхом державної реєстрації. Торговельним маркам притаманна така ознака, як територіальність, а також строковість. Крім того, торговельні марки реєструються відповідно до класифікації, яка встановлена Ніццькою угодою про Міжнародну класифікацію товарів і послуг для реєстрації знаків від 15 червня 1957 р. Саме в межах зареєстрованих товарів і послуг торговельна марка отримує правову охорону, а правоволоділець – відповідне право на захист своїх майнових прав.

За загальним правилом, будь-яке використання зареєстрованої торговельної марки можливе лише з дозволу правоволодільца. Закон України «Про охорону прав на знаки для товарів і послуг» у ч. 4 ст. 16 визначає, що використанням знака є його нанесення на будь-який товар, для якого знак зареєстровано, упаковку, в якій міститься такий товар, вивіску, пов'язану з ним, етикетку, нашивку, бирку чи інший прикріплений до товару предмет, зберігання такого товару із зазначеним нанесенням знака з метою пропонування для продажу, продаж, імпорт (увезення) та експорт (вивезення); застосування його під час пропонування й надання будь-якої послуги, для якої знак зареєстровано; застосування його в діловій документації чи рекламі та мережі Інтернет. Отже, під використанням торговельної марки варто розуміти його використання для класів товарів чи послуг, для яких його зареєстровано, або споріднених із ними. У законодавстві України не передбачено випадки вільного використання засобів індивідуалізації, що зумовлено комерційною природою останніх порівняно з об'єктами авторського права. Водночас виключне право правоволодільца забороняти використання торговельної марки не розповсюджується на некомерційне використання знака; усі форми повідомлення новин і коментарів новин, а також добросовісне застосування ними своїх імен чи адрес (ч. 6 ст. 16 Закону України «Про охорону прав на знаки для товарів і послуг»). Отже, в ситуації, коли торговельну марку використовують у некомерційних цілях, у тому числі з метою висміювання у формі пародії навіть для зареєстрованих товарів і послуг, порушення майнових прав відсутнє. Однак комерційне використання охоронюваного позначення у формі пародії для зареєстрованих класів товарів і послуг може ввести споживача в оману, оскільки викликає асоціацію з так званою первісною торговельною маркою. Спірною видається позиція, згідно з якою під час такого використання висміювання є основною метою такої пародії. Тому пародію на торговельну марку з подальшою метою отримання вигоди для зареєстрованих класів товарів і послуг або споріднених із ними варто визнавати порушенням майнових прав правоволодільца, що дає останньому підстави для заборони такого використання. Видається, що пародія на торговельні марки допускається лише в межах ч. 6 ст. 16 Закону України «Про охорону прав на знаки для товарів і послуг», зокрема щодо некомерційного використання позначення.

Аналіз доктринальних положень, вітчизняного законодавчого регулювання, а також судової практики дає підстави зробити висновок про можливість застосування поняття пародія лише в авторському праві, що зумовлено правопою природою цього інституту. Деякі ознаки пародії притаманні використанню зареєстрованої торговельної марки третіми особами з метою висміювання лише в некомерційних цілях.

Висновки

1. На основі аналізу ст. 1 Закону України «Про авторське право і суміжні права» й окремих доктринальних підходів виокремлено такі основні ознаки пародії на об'єкти авторського права: 1) гумористичний (комічний) характер; 2) наявність творчої переробки; 3) попереднє оприлюднення первісного твору, що становить основу пародії. Лише наявність зазначених ознак у сукупності в об'єкті авторського права дає підстави для визнання його пародією, а відтак і для застосування правил, передбачених ст. 21 Законом України «Про авторське право і суміжні права», щодо вільного використання об'єктів авторського права.

Виокремлено додаткову (необов'язкову) ознаку пародії – впізнаваність.

2. З'ясовано визначення пародії на об'єкти авторського права, згідно з яким це твір гумористичного характеру, створений з метою висміювання іншого правомірно оприлюдненого твору в будь-якій формі шляхом імітації його окремих частин: персонажів, сюжету тощо

3. Зроблено висновок, що, за цивільним законодавством України, застосування поняття «пародія» можливе лише в авторському праві, що зумовлено правою природою цього інституту. Деякі ознаки пародії притаманні використанню зареєстрованої торговельної марки

Стаття посвячена аналізу громадянсько-правових аспектів інституту пародії на окремі об'єкти права інтелектуальної власності по законодавству України: об'єкти авторського права і торговельні марки, а також формулюванню висновків і пропозицій щодо розуміння цих понять.

Ключевые слова: пародия на торговую марку, пародия на произведение, объекты авторского права, ограничение имущественных прав интеллектуальной собственности.

The article is devoted to the analysis of civil law aspects of the parody institute in intellectual property right under the legislation of Ukraine: works of copyright and trademarks, as well as formulation of conclusions and suggestions on the understanding of these concepts.

Key words: parody in copyright, trademark parody, works of copyright, limitations of intellectual property right.

третіми особами з метою висміювання лише в некомерційних цілях, зокрема, в межах ч. 6 ст. 16 Закону України «Про охорону прав на знаки для товарів і послуг».

Список використаних джерел:

1. Словник української мови. – К.: Наукова думка, 1975. – Т. 6. – 1975. – 832 с.
2. Колосов В.А. Пародія в системі авторського права / В.А. Колосов // Закон. – 2013. – № 9. – С. 120–132.
3. Коршакова О.М. Авторське право і твори fun fiction / О.М. Коршакова // Науковий вісник УжНУ. Серія «Право». – 2015. – № 34. – Том 1. – С. 84–86.
4. Штефан А.С. Пародія на музичний твір з текстом в порядку вільного використання / А.С. Штефан // Теорія і практика інтелектуальної власності. – 2016. – № 5(91). – С. 66–74.
5. Trademark parody: tacking the mickey // Trademarks and brands online [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.trademarksandbrandsonline.com/article/taking-the-mickey-out-of-disneyland>.
6. Про внесення змін до Закону України «Про авторське право і суміжні права» щодо використання об'єктів авторського права в пародіях, попури та карикатурах: Закон України // Відомості Верховної Ради України (ВВР). – 2016. – № 46. – Ст. 781.

