*Правова охорона Логотипу*

**Визначення поняття.**

Логоти́п ([дав.-гр.](https://uk.wikipedia.org/wiki/%D0%94%D0%B0%D0%B2%D0%BD%D1%8C%D0%BE%D0%B3%D1%80%D0%B5%D1%86%D1%8C%D0%BA%D0%B0_%D0%BC%D0%BE%D0%B2%D0%B0) ὀ λόγος — слово, і ὀ τύπος — знак, відбиток) — графічний або текстовий [символ](https://uk.wikipedia.org/wiki/%D0%A1%D0%B8%D0%BC%D0%B2%D0%BE%D0%BB), який представляє якийсь конкретний суб'єкт або об'єкт, наприклад — населений пункт, компанію, організацію, приватну особу або продукт.

Можна виділити основні типи логотипів:

* лінгвістичний (літерно-цифровий, текстовий, шрифтовий), тобто такий логотип, який складається з літер, слів, цифр або з їх комбінації;
* зображальний (іконічний), тобто такий логотип, який виражений за допомогою зображення, картинки;
* логотип змішаного типу (комбінований) – при створенні використано поєднання лінгвістичних та зображальних елементів.

На даний момент, відповідно до чинного законодавства, нормативне визначення поняття “логотип” ми можемо віднайти лише у Законі України “Про телебачення і радіомовлення”, в якому визначено наступне: - логотип (фірмовий, торговий знак) – будь-яка комбінація позначень (слова, літери, цифри, зображувальні елементи, комбінації кольорів), які придатні для вирізнення ефірного часу однієї телерадіоорганізації від іншої.

Як бачимо, для цілей даного закону поняття “логотип” виділяється, але ж і використовується, відповідно до цього ж закону, і лише у сфері телебачення і радіомовлення.

В ЗУ «Про авторське право і суміжні права» та ЗУ «Про охорону прав на знак для товарів і послуг» та Цивільному Кодексі України визначення логотипу так і віднесення його чи до об’єктів авторського права чи знаків для товарів та послуг відсутнє.

Щодо ЗУ «Про авторське право і суміжні права», то найбільш подібним і таким, що в певній мірі охоплює сутність логотипу є відповідно до п. 8 ч.1 ст. 8 ЗУ «Про авторське право і суміжні права» - твір образотворчого мистецтва; також логотип можна віднести до п. 17 вказаної статті – інші твори.

Щодо ЗУ «Про охорону прав на знак для товарів і послуг», то загалом визначення знаку в цілому підходить до розуміння логотипу, відповідно до зазначеного закону знак - позначення, за яким товари і послуги одних осіб відрізняються від товарів і послуг інших осіб.

Дещо ширшим є визначення, наведене у ст. 492 Цивільного кодексу України, відповідно до якого торговельною маркою може бути будь-яке позначення або будь-яка комбінація позначень, які придатні для вирізнення товарів (послуг), що виробляються (надаються) однією особою, від товарів (послуг), що виробляються (надаються) іншими особами. Такими позначеннями можуть бути, зокрема, слова, літери, цифри, зображувальні елементи та комбінації кольорів.  На мою думку, дане визначення найбільш охоплює поняття логотипу.

Таким чином, маємо ситуацію коли визначення наведені в чотирьох НПА відрізняються один від одного і хоча кожне розкриває певні ознаки логотипу, проте не дає конкретики до якого саме об’єкту права інтелектуальної власності логотип належить і як його захищати.

**Сфера застосування.**

Щоб порівняти зазначені об’єкти права інтелектуальної власності, потрібно проаналізувати сферу їх застосування. Відповідно до ст. 1 Закону України «Про охорону прав на знаки для товарів і послуг» обсяг правової охорони, що надається, визначається зображенням знака та переліком товарів і послуг, внесеними до Державного реєстру свідоцтв України на знаки для товарів і послуг. Свідоцтво дає його власнику право використання торговельної марки, а саме: право нанесення її на будь-який товар, для якого її зареєстровано, упаковку, яка містить такий товар, вивіску, пов'язану з ним, етикетку, нашивку, бирку чи інший прикріплений до товару предмет; право зберігання такого товару із зазначеним нанесенням торговельної марки з метою пропонування його для продажу; право пропонування його для продажу, продажу, імпорту (ввезення) та експорту (вивезення); право застосування знаку під час пропонування та надання будь-якої послуги, для якої його зареєстровано; застосування його в діловій документації чи рекламі та в мережі Інтернет. Основною сферою застосування знаку для товарів і послуг є комерційна діяльність, оскільки він виконує функцію вирізнення товарів та послуг одного виробника від товарів та послуг іншого виробника. Відповідно до Закону України «Про авторське право і суміжні права» авторові належить виключне право на використання твору. Воно охоплює, зокрема, право здійснювати, дозволяти або забороняти відтворення твору, розповсюдження оригіналу або примірників твору в будь-який спосіб, у тому числі шляхом продажу, право здавання у прокат оригіналу або примірників твору, надання оригіналу або примірників твору в тимчасове користування, а також право на імпорт, публічний показ, публічне виконання та інші дії, передбачені законом. Основною функцією об’єктів авторського права є естетичне задоволення, адже їх не використовують для позначення відповідних товарів і послуг у комерційній діяльності.

З даного порівняння можна зазначити, що основною метою логотипу є виокремлення певного виробника продуктів чи продукту серед інших тому більш правильно буде сприймати логотип саме як знак для товарів та послуг.

Підтвердженням цьому є судова практика, яка представлена декількома рішення господарських судів та судів загальної юрисдикції.

Щодо судових рішень можна відзначити рішення Солом’янського районного суду м. Києва від   12 липня 2016 року по справі, №760/20550/15-ц., постанову Харківського апеляційного господарського суду "01" грудня 2014 р. по справі № 917/1745/13, постанови Севастопольського апеляційного господарського суду 18 листопада 2013 р. по справа № 901/1807/13, в даних судових рішення логотип розглядається як об’єкт авторського права відповідно до ЗУ «Про охорону прав на знак для товарів і послуг», а якщо бути більш точним то логотип ототожнюється до знаку для товарів і послуг.

 Незважаючи на дані рішення, буде не правильно категорично стверджувати, що логотип має захищатися виключно як знак для товарів і послуг.

Важливо також звернути на увагу на П. 2.3. Постанови пленуму ВСГСУ «Про деякі питання практики вирішення спорів, пов'язаних із захистом прав інтелектуальної власності» № 12 від 17.10.2012 де зазначено, що у разі коли один матеріальний об'єкт поєднує ознаки декількох самостійних об'єктів права інтелектуальної власності (знака для товарів і послуг, промислового зразка, об'єкта авторського права тощо), спосіб захисту порушеного права визначається характером такого порушення. Зокрема, з огляду на встановлений обсяг правової охорони, якщо порушник вчиняє дії з використанням промислового зразка або знака для товарів і послуг, правовласник вправі здійснювати захист способами, передбаченими для захисту прав на відповідний об'єкт права інтелектуальної власності; якщо ж право на використання об'єкта інтелектуальної власності порушено діями, не пов'язаними з використанням об'єкта промислової власності, то захист може здійснюватися способами, передбаченими для захисту авторських прав, - за наявності необхідних та достатніх підстав для віднесення такого об'єкта до числа об'єктів авторського права.

Тому, для захисту логотипу його варто захисти зареєструвавши як знак для товарів і послуг відповідно до ЗУ «Про охорону прав на знак для товарів і послуг», проте зображальний (іконічниий) логотип як на мене водночас може захищатися і як об’єкт авторського права так і як знак для товарів і послуг, оскільки в автора логотипу при створенні зображувального логотипу виникнуть авторські права на нього, як на твір образотворчого мистецтва.

Оскільки логотип, як було зазначено знаходиться на перетині двох сфер, то способи захисту логотипу потрібно буде підбирати для конкретного випадку.

*Правовий статус та правомірність фан-арту.*

Законодавство України як і судова практика по факту не знає поняття cover-версій творів чи фанфік літератури – що за своєю природою є літературною творчістю фанатів за мотивами оригінального тексту твору, або створення відповідного адаптаційного тексту для певного регіону або створення пародійної версії для загального поширення. Основою проблеми чи буде створення подібного твору порушувати авторскі права оригінального авторства та визнаватися плагіатом – тобто поширення твору близького до оригінальних текстів без відповідного дозволу правовласників для їх комерційної реалізації.

Згідно зі ст. 420 ЦК правовий статус об’єктів ІВ мають та охороняються літературні та художні твори, виконання, фонограми, відеограми, програми мовлення тощо, що були оприлюднені як на території країни так і за її межами із зазначенням оригінальності та авторства – ст. 3 ЗУ «Про авторське право та суміжні права». Ст. 14-15 зазначеного ЗУ надають перелік майнових та особистих прав авторів – виключне право автора на дозвіл чи заборону використання твору іншими способами шляхом відтворення творів, публічного їх виконання чи публічного сповіщення/демонстрації, переклад твору, його переробки, адаптації, зміни аранжування – тобто вказується право на збереження цілісності твору і протидії будь-якому використанню чи перекручуванню чи спотворенню змісту. Ст. 9 зазначеного ЗУ встановлює охорону поняття частини твору – назва твору, його ідея, основні персонажи, манера виконання, згадка та опис місцевості, що може використовуватись як самостійна частина твору теж підлягає охороні як і сам твір. Також можна навести позицію ст. 12 Бернської конвенції щодо охорони літературних та художніх творів – так автори оригінального твору користуються виключним правом дозволу щодо перероблювання, використання частини сюжету, аранжування своїх творів без зазначення авторства та з комерційною метою.

Отже, правомірне написання, використання фан-арту можливе за умови – (1) із зазначенням оригінального авторства для збереження виключних прав автора на комерційну реалізацію даної переробки твору, (2) розміщення так званого дисклеймеру – попередження із зазначенням автора та правовласника персонажів та розповсюдження без мети реалізації, (3) дотримання цілісності та недоторканості оригінальних персонажів, можливість власних версій щодо основного сюжету без зміни оригінальності ( в даному випадку є проблематика cover-версій пісень, адже в пісні об’єктом охорони виступає ритм мелодії та фактична манера виконання оригінального тексту пісні).

Але є два випадки згідно ЗУ «Про авторське право та суміжні права», коли кавер чи фан-арт мажуть отримати правомірність використання. Відповідно до ст. 8 ЗУ до об’єктів авторського права належать похідні твори – під такими розуміються твори, що є творчою переробкою іншого існуючого твору без завдання шкоди його охороні та оригінальності – в даному випадку це може бути створення адаптованого сюжету чи перекладу. Тільки отримавши письмову згоду автора на використання твору або його частини можна здійснювати публікацію адаптованої версії із збереженням майнової форми авторського права. Іншим правомірним способом існування «фанфікшн» є пародія - ст 1 ЗУ – використання форми та змісту оригіналу (композиція/образи) для зображення пародійного змісту для висміювання автора. Пародія має сприйматися як очевидна, тобто прямо нести характер висміювання, не сприйматися як запозичення, скопіювання або перероблення твору з метою продовження, розроблення нової версії із розширеним сюжетом. Але знову ж таки існування пародії може бути визнаним не в правовому полі, якщо воно прямо порушує конкурентне законодавство - прямо порушує репутацію оригінального автора або має на меті усунути оригінальний твір із сегменту ринку.