

ПРОБЛЕМНІ ПИТАННЯ ОХОРОНИ ПРАВА ІНТЕЛЕКТУАЛЬНОЇ ВЛАСНОСТІ У СПОРТІ

Воронов К.М.,

Кандидат юридичних наук,

Старший викладач кафедри цивільно-правових дисциплін

Харківського національного університету імені В.Н. Каразіна

Orcid: <https://orcid.org/0000-0001-5315-9574>

Воронов К.М. Проблемні питання охорони права інтелектуальної власності у спорті

В спортивній сфері особливості пов'язані з охороною права інтелектуальної власності стають все більш актуальними, враховуючи зростаючу комерціалізацію даної сфери. В статті розглядаються основні інститути права інтелектуальної власності та актуальні способу захисту об'єктів права інтелектуальної власності пов'язаних з спортивною сферою. Аналізуються проблемні питання захисту авторського права та суміжних прав первинними та похідними суб'єктами авторського права, з потенційним порушенням авторського права інших власників майнових прав. Розглядаються особливості розподілу майнових прав для різних видів трансляцій спортивних змагань. Досліджуються проблемні питання поєднання в аудіовізуальних творах одночасно декількох об'єктів права інтелектуальної власності, а саме об'єктів патентного права, торговельних марок і комерційних найменувань. Окремо розглядається спортивна фотографія, як особливий підвид авторського права, що має свою специфіку саме для підвищення якості супроводжувального ефекту для спортивних змагань. Акцентується увага на збільшенні кількості об'єктів патентного права у спортивній діяльності, а саме корисних моделей і промислових зразків. Зосереджується увага на використанні об'єктів патентного права спортивної діяльності в інших галузях діяльності суспільства. Звертається увага на розширення кількості засобів індивідуалізації учасників цивільного обороту, товарів і послуг. Це проявляється в зростанні реєстрації не тільки торговельних марок пов'язаних зі спортивними організаціями, а і з персональними торговельними марками спортсменів. Розглядаються різні види торговельних марок, що можуть використовуватися у спортивній сфері: словесні торговельні марки, зображувальні, комбіновані, звукові. Розглянуто особливості використання інших об'єктів права інтелектуальної власності, таких як ноу-хау. Зроблено висновок про істотну зміну правових підходів до використання і охорони об'єктів права інтелектуальної власності в цифрову епоху і становлення цих об'єктів як одних з ключових активів у діяльності спортивних організацій, що повинно підвищувати якість спортивного продукту на всіх рівнях.

Ключові слова: інтелектуальна власність, спорт, авторське право, патенти, торговельні марки, промислові зразки, корисні моделі.

Voronov K.M. Problematic issues of intellectual property rights protection in sports

In the field of sports, the features related to the protection of intellectual property rights are becoming increasingly important, given the growing commercialization of this area. The article considers the main institutions of intellectual property law and current methods of protection of intellectual property rights related to sports. Problematic issues of protection of copyright and related rights by primary and derivative subjects of copyright are analyzed, with potential copyright infringement of other property owners. The peculiarities of the distribution of property rights for different types of broadcasts of sports competitions are considered. Problematic issues of combining several objects of intellectual property law in audiovisual works at the same time, namely objects of patent law, trademarks and trade names, are investigated. Sports photography is considered separately as a special subspecies of copyright, which has its own specifics to improve the quality of the accompanying effect for sports competitions. Emphasis is placed on increasing the number of patent law objects in sports, namely utility models and industrial designs. Attention is paid to the use of objects of patent law in sports activities in other areas of society. Attention is paid to expanding the number of means of individualization of participants in civil turnover, goods and services. This is reflected in the increase in the registration of not only trademarks associated with sports organizations, but also with personal trademarks of athletes. Different types of trademarks that can be used in sports are considered:

verbal trademarks, pictorial, combined, sound. The peculiarities of the use of other objects of intellectual property, such as know-how, are considered. It is concluded that the legal approaches to the use and protection of intellectual property rights in the digital age and the formation of these objects as one of the key assets in the activities of sports organizations, which should improve the quality of sports products at all levels.

Key words: intellectual property, sports, copyright, patents, trademarks, industrial designs, utility models.

Постановка проблеми. Структура сучасного спортивного ринку у цифрову епоху змінюється дуже динамічно. Інтелектуальна власність стає одним з ключових активів і способів отримання прибутку для професіонального і аматорського спорту. Більшість об'єктів права інтелектуальної власності використовуються в спортивній сфері і потребують захисту з врахуванням специфіки даної галузі.

Стан опрацювання проблематики. У вітчизняній юридичній науці проблемні питання охорони права інтелектуальної власності у спорті досліджувалися у роботах О.Ю. Лавренюка, В.Є. Макоди, Є.О. Харитонова, О.І. Харитонові та ін. Однак, й досі більшість питань у цій сфері потребують додаткового дослідження і висвітлення враховуючі значні зміни, що відбуваються в даній сфері.

Метою статті є аналіз проблемних питань охорони права інтелектуальної власності у спорті і знаходження шляхів їх подолання.

Виклад основного матеріалу. Складова інтелектуальної власності в спортивній сфері сьогодні набирає все більшої значущості, враховуючи розвиток сучасного спортивного ринку. В сучасному професіональному та аматорському спорті охорона різних видів об'єктів інтелектуальної власності є необхідною запорукою стабільного економічного розвитку галузі.

Цивільний кодекс України регулює такі інститути, як інститут засобів індивідуалізації учасників цивільного обороту і виробленої ними продукції, інститут авторського права і суміжних прав, інститут патентного права, особливі об'єкти права інтелектуальної власності. Всі ці інститути в тій чи іншій мірі використовуються в спортивній сфері. Вони можуть створюватися безпосередньо для спортивного продукту чи залучатися ззовні.

Як приклад використання об'єктів авторського права та суміжних прав можна навести хореографічні твори, які широко використовуються у фігурному катанні, акробатиці, художній гімнастиці, синхронному плаванні. Об'єктом авторського права чи суміжних прав виступає саме хореографічний твір, для підтвердження майнових прав на який можна зробити: детальний опис танцю і рухів, провести відеофіксацію танцю [1, с.14]. В подальшому автори хореографічного твору мають можливість отримати свідоцтво про державну реєстрацію авторського права на твір.

З правом інтелектуальної власності на хореографічні твори доволі часто пов'язані порушення майнових прав власників музичних творів, оскільки у більшості випадків хореографія поєднується з музикою. Такі порушення виникають відносно музичних творів, строк правової охорони яких ще не закінчився. Відповідно до положень ч. 2 ст. 28 Закону України «Про авторське право і суміжні права», авторське право діє протягом усього життя автора і 70 років після його смерті, крім випадків, передбачених цією статтею.

В спортивній сфері дуже розповсюдженим є використання аудіовізуальних творів (реклама спортивних чи інших товарів, з використанням відомих спортсменів чи з символікою спортивних клубів). Аудіовізуальний твір - твір, що фіксується на певному матеріальному носії (кіноплівці, магнітній плівці чи магнітному диску, компакт-диску тощо) у вигляді серії послідовних кадрів (зображень) чи аналогових або дискретних сигналів, які відображають (закодовують) рухомі зображення (як із звуковим супроводом, так і без нього), і сприйняття якого є можливим виключно за допомогою того чи іншого виду екрана (кіноекрана, телевізійного екрана тощо), на якому рухомі зображення візуально відображаються за допомогою певних технічних засобів.

Особливістю спортивної реклами є саме поєднання одночасно багатьох об'єктів права інтелектуальної власності одночасно. В рекламі спортивного бренду одночасно можуть використовуватися об'єкти патентного права (промислові зразки та корисні моделі у рекламі спортивного обладнання чи одягу) та торговельні марки і комерційні найменування (у вигляді назв спортивних брендів і рекламних слоганів).

Сьогодні для професіонального спорту одним з основних джерел прибутку є використання творів у сфері графіки та дизайну. Ці елементи є центральним оточуючим додатком для спортивних змагань та для ідентифікації прихильників різних спортивних клубів чи спортсменів. Більшість спортивних організацій та франшиз відкривають власні фірмові магазини, так як вболівальники вважають привабливою ідею придбання різноманітної спортивної атрибутики (ігрової форми, товарів для дому, сувенірів) з логотипами улюбленої команди чи прізвищами спортсменів.

Заключним елементом авторського права у спорті є спортивна фотографія. Спортивна фотографія - це особливий і дуже цікавий жанр фотомистецтва. Однак фотограф повинен володіти певним майстерністю,

щоб зуміти зловити необхідний момент, найбільш повно показує напруження боротьби або захоплення перемоги на фото. Спортивна фотографія особливо динамічна. Знімки виходять не тільки естетичними, вони передають справжній спортивний дух, живий і насичений: радості перемоги, гіркоту програвшів, драматичні моменти, боротьбу. Для рекламодавців, які підписали контракт зі спортсменами, такі фотографії можуть бути ліцензовані з метою комерційного використання на певний період і або на певній території, наприклад, це може бути реклама на бігбордах. У момент ліцензування фотоагентство в обов'язковому порядку повинно запитувати у замовника підтвердження його прав.

Не менш активно у спортивній діяльності використовуються об'єкти патентного права. Найбільш часто мова йде про корисні моделі та промислові зразки. Відповідно до ст. 1 Закону України «Про охорону прав на винаходи та корисні моделі», винахід (корисна модель) - результат інтелектуальної, творчої діяльності людини в будь-якій сфері технології. До ознак корисної моделі також відносяться новизна та промислова придатність. Виробники спортивних товарів щорічно реєструють тисячі нових корисних моделей та промислових зразків. Це можуть бути хокейні ключки з особливих матеріалів, футбольне чи баскетбольне взуття з використанням нових технологій захисту та підвищення комфорту використання, обладнання для гірськолижного спорту і т.п.

Ще більш масово представники спортивного бізнесу реєструють право власності на промислові зразки. Промисловий зразок - результат інтелектуальної, творчої діяльності людини в галузі художнього конструювання. Прикладами використання промислових зразків є виробництво і продаж атрибутики з символікою спортивних клубів і спортсменів. Реєстрація промислового зразка в деяких країнах може бути більш спрощеною процедурою ніж реєстрація торговельної марки, саме тому представники спортивної індустрії доволі часто обирають саме такий спосіб охорони своєї інтелектуальної власності.

Особливого значення реєстрація патентів власного виробництва має для «Формули-1». Як відомо, «Формула-1» є високотехнологічним спортом, тому об'єктів охорони інтелектуальної власності досить багато: окремі деталі автомобіля, сам дизайн боліда і навіть його розфарбування [2] і т.п. При цьому варто мати на увазі, що правовласником може виступати як гоночний колектив, так і тісно пов'язана з ним інша юридична особа. Наприклад, британські команди McLaren і Williams самі є правовласниками своїх винаходів, а правами на результати наукових досліджень гоночної команди Ferrari має акціонерне товариство Ferrari S.p.A.

Необхідно також розуміти, що результати наукових досліджень колективів «Формули-1» можуть застосовуватися не тільки в спорті, але і в звичайних автомобілях. У такому контексті цінність і значення патентів значно зростає. Наприклад, в 2009 р в «Формулі-1» з'явилася система рекуперації кінетичної енергії KERS (Kinetic Energy Recovery System) і британський колектив Williams одним з перших зареєстрував патент на свою розробку в цієї сфері [3]. Через п'ять років, в квітні 2014 р. підприємство Williams Hybrid Power, яке і займалося дослідженнями системи KERS для команди «Формули-1», було продано з усіма правами на результати наукових досліджень за 8 млн фунтів стерлінгів британській автомобільній та аерокосмічній компанії GKN з додатковими виплатами від продажу в розмірі 3,5% в перші п'ять років і 1,5% в наступні роки [4]. І хоча вартість угоди порівняно невисока, необхідно відзначити, що в свого часу команда Williams вклала в дане підприємство 1,5 млн фунтів стерлінгів, тобто ціна продажу більш ніж в п'ять разів перевищила витрати.

Важливою обставиною є також той факт, що система KERS активно впроваджується в систему громадського транспорту Великобританії: вже в липні 2014 року (через три місяці після покупки підрозділу Williams) GKN уклала договір з одним з найбільших британських перевізників Go-Ahead Group на поставку системи KERS для 500 автобусів [5].

У той же час, не дивлячись на велику кількість патентів і високий рівень результатів наукових досліджень, в світі «Формули-1» вкрай рідко можна зустріти судові спори або «патентні війни», які характерні для сфер, пов'язаних з технологіями (наприклад, патентні суперечки Apple v. Samsung, Motorola v. Microsoft, Oracle v. Google). Відсутність «патентних» воєн в пояснюється тим, що команди найчастіше відмовляються від патенту як форми оформлення і захисту своїх прав на результат наукових досліджень. Причин такого несподіваного вибору кілька. По-перше, процедура патентування займає досить багато часу. З урахуванням того, як часто і сильно змінюється болід протягом одного року, оформлений патент може вже не представляти актуальності і інтересу для правовласника. По-друге, закріплення результату наукового дослідження в формі патенту надає команді-правовласнику конкурентну перевагу, оскільки конкуренти не можуть ним скористатися, а спроби створити власний аналог можуть привести до порушення прав.

Здавалося б, це звичайна справа в будь-якій іншій галузі, проте важливо пам'ятати, що «Формула-1» - це перш за все спорт, правила якого встановлюються в тому числі за участю самих команд. Іншими словами, якщо буде існувати запатентована технологія або деталь, яка надає одному з колективів значну перевагу,

інші команди при наступному обговоренні правил можуть прийняти рішення про заборону її використання в майбутньому. Цінність такого патенту різко падає. У підсумку команди «Формули-1» патентують лише ті деталі і технології, які можна буде використовувати в комерційних цілях при перенесенні на звичайні автомобілі або іншу техніку (як у випадку з системою KERS), і в тому вигляді, в якому вони будуть реалізовуватися.

Наступною категорією об'єктів є засоби індивідуалізації учасників цивільного обороту, товарів і послуг. Відповідно до ст. 1 Закону України «Про охорону прав на знаки для товарів і послуг», торговельна марка – позначення, за яким товари і послуги одних осіб відрізняються від товарів і послуг інших осіб.

Торговельні марки можна поділити на наступні види:

1. словесні - це шрифтові комбінації, які визначають назву торгової марки, а також девізи і слогани. Наприклад, Nike - «Just Do It», Adidas – «Impossible is Nothing». Такі слогани використовуються не тільки для ідентифікації певних товарів чи брендів, а і як персональні девізи спортсменів. Так, відомий гравець НБА ЛеБрон Джеймс зареєстрував в якості торговельних марок такі словосполучення, як – «Just A Kid From Akron», «Strive For Greatness», «Nothing is given. Everything is earned», «I promise» [6]; 2. зображувальні торговельні марки - складається з графічних об'єктів чи комбінацій зображень. Наприклад, логотип іншого відомого колишнього гравця НБА Майкла Джордана вважається одним з найбільш впізнаних персональних брендів; 3. комбіновані – передбачають поєднання текстової та графічної складової;

4. звукові - унікальні мелодії або комбінації звуків.

Незаконне використання торговельних марок є найбільш розповсюдженою практичною ситуацією порушення права інтелектуальної власності в сфері спорту. Провадження пов'язані з порушенням майнових прав на торговельні марки характерні для цивільного, господарського і кримінального судочинства. Простежується також велика кількість справ про адмінправопорушення у зазначеній сфері.

Одним з найважливіших інститутів виступають особливі об'єкти права інтелектуальної власності. Секретом виробництва (ноу-хау) визнаються відомості будь-якого характеру про результати інтелектуальної діяльності в науково-технічній сфері і про способи здійснення професійної діяльності, що мають комерційну цінність.

Звернемося до деяких прикладів прояву інституту секретів виробництва (ноу-хау) в сфері спорту. Інтерес в цьому плані має підготовка спортсменів до Олімпійських ігор. Так, на Олімпіаді 2018 року в Пхенчхані канадська хокейна команда забороняла російським журналістам знімати відео-репортаж під час тренування канадських спортсменів, мотивуючи це тим, що тренування містить різні розробки, що належать канадській команді.

Наступним важливим аспектом виступають особливості регулювання прав інтелектуальної власності на проведення трансляцій спортивних змагань. В основі взаємовідносин між спортом і телебаченням, а також іншими засобами масової інформації лежить авторське право, а також суміжні права. Продаж прав на трансляцію спортивних заходів є найбільшим джерелом доходів для більшості спортивних організацій, кошти від яких спрямовуються на фінансування великих спортивних заходів, реставрацію спортивних стадіонів та внесення вкладу в розвиток спорту.

Ключовим моментом в даному випадку є той факт, що захисту відповідно до законодавства про авторське право підлягають саме права на трансляцію спортивного заходу, а не саме спортивний захід.

Як правило, основними і первинними власниками прав на спортивні заходи є їх організатори, оскільки вони володіють об'єктами і спортивними спорудами, де проводяться такі заходи, або контролюють їх. Таким чином, тільки ті компанії, які придбали права на трансляцію спортивних заходів, допускаються на місця їх проведення. Право на трансляцію спортивного заходу, як правило, надається щодо певної території на винятковій основі.

Якщо говорити про види прав на трансляцію спортивних заходів, то можна виділити наступні види прав: права на пряму трансляцію по телебаченню, які є найбільш цінними за своєю вартістю, оскільки привертають найбільш високу кількість глядачів, проте коли захід закінчується, спостерігається різке падіння інтересу глядачів до нього; права на трансляцію в мережі Інтернет, яка також може бути прямою; права на непряму трансляцію і потокове відтворення спортивного заходу; а також права на трансляцію ключових моментів спортивного заходу, які, як правило, використовуються в інформаційних цілях [7].

Права на трансляцію можуть передаватися як у вигляді одного комплексу прав, що поширюються на певну територію, так і можуть бути розділені в залежності від виду таких прав і виду засобів масової інформації, як наприклад, права на телевізійний показ спортивного заходу і права на показ в мережі Інтернет [8].

Законодавство про право інтелектуальної власності, яке регулює питання мовлення, значно відрізняється в різних державах. Така ситуація може викликати труднощі у осіб, які здійснюють транслявання спортив-

них заходів та змагань, оскільки на їх можливості в переговорах з організаторами спортивних заходів може впливати ступінь винятковості прав на трансляції, якими володіють місцеві компанії.

Висновки. Більшість інститутів права інтелектуальної власності тією чи іншою мірою використовуються у спортивній діяльності та їх роль стає все більш значущою. Суб'єкти спортивної діяльності сьогодні регулярно стикаються з порушенням власних прав інтелектуальної власності насамперед відносно незаконного використання торговельних марок, у сфері проведення піратських трансляцій і порушень в авторському праві. Отже, захист права інтелектуальної власності стає одним з центральних елементів подальшого розвитку всієї спортивної сфери і потребує більш детальної уваги з боку держави.

Список використаних джерел:

1. Кашапов Н.В. Регламентация интеллектуальных прав в сфере спорта: автореф. дис. ... канд. юрид. наук: 12.00.03. ГОУ ВПО «Рос. гос. ин-т интеллект. собственности». Н.В. Кашапов. М., 2010. 24 с.
2. Патенти 006813234-0002 і 006813234-0003 на охорону розмальовки боліда McLaren в цілому і окремого елемента орнаменту URL: <https://www3.wipo.int/designdb/en/showData.jsp?ID=EMID.006813234-0002>; <https://www3.wipo.int/designdb/en/showData.jsp?ID=EMID.006813234-0003>
3. Патент EP2422110 (B1) на «маховик в зборі» (Flywheel Assembly - альтернативне і більш загальне назва для KERS), виданий Європейським патентним відомством (European Patent Office - EPO) URL: <https://data.epo.org/gpi/EP2422110B1-FLYWHEEL-ASSEMBLY>
4. The Telegraph. URL: <https://www.telegraph.co.uk/finance/newsbysector/industry/10737329/Williams-sellshybrid-power-unit-to-GKN.html>
5. Офіційний сайт компанії Go-Ahead Group. URL: <https://www.go-ahead.com/media/press-releases/gknand-go-ahead-group-use-f1-technology-improve-fuel-efficiency-london-buses>
6. Офіційний сайт Forbes URL: <https://www.forbes.com/sites/jesscollen/2017/11/01/what-can-lebron-james-teach-us-about-trademark-law/?sh=73939b2349bf>
7. TV Rights and New Media Commission. Olympic Movement. URL: <http://www.olympic.org/tv-rights-new-media-commission>.
8. Broadcast coverage is the principal means for people around the world to experience the magic of the Olympic Games / Olympic Movement. URL: <http://www.olympic.org/olympicbroadcasting>.