

УДК 347.77: (391.1/4:687) (73)

Токарева Віра Олександрівна,

к.ю.н., доцент кафедри цивільного права

Національного університету «Одеська юридична академія»

ЗАХИСТ ІНТЕЛЕКТУАЛЬНОЇ ВЛАСНОСТІ У ГАЛУЗІ ІНДУСТРІЇ МОДИ

Постановка проблеми. На сьогодні у бізнес середовищі, первинним джерелом конкурентних переваг для підприємств, в тому числі і в індустрії моди, є інновації та оригінальні творчі вираження. Значення інтелектуальної власності для створення та збуту продукції в галузі індустрії моди, будь-то висока мода або одяг, який є готовим до носіння не ставиться під сумнівів. Мотиви медузи Горгони у Версаче, весільні сукні Віри Вон, чоботи Доктор Мартінс – є результатами інтелектуальної та творчої майстерності модельєрів в індустрії моди [1]. Водночас ці творчі результати, шляхом копіювання, можуть бути застосовані іншими підприємцями для отримання конкурентних переваг на ринку товарів та послуг. Така ситуація ставить актуальним питання про можливість забезпечення захисту авторських прав у галузі індустрії моди.

Стан дослідження. Проблемам захисту інтелектуальної власності у галузі індустрії моди присвячені низки праць науковців у США, разом з цим питання захисту інтелектуальної власності у галузі індустрії моди не ставало предметом дослідження вітчизняних вчених.

Виклад основного матеріалу. Можна собі уявити дизайнера, який тільки створив колекцію одягу та представив її на суд закупівельників (байерів) та критиків. Колекція замовлена та розміщена у найбільших універмагах світу та після представлення колекції, у магазині одягу невідомого дизайнера, автор помічає, що одяг дуже схожий на його власну колекцію, проте нижчої якості виробництва.

Така ситуація є досить природньою на сьогодні, тому привертає увагу з'ясування подібних казусів, тому в економічно розвинених державах, таких як США, виникають спроби встановити правове регулювання у цій сфері. Привертає інтерес дослідження досвіду США у питанні захисту авторських прав модних дизайнерів.

Так, у США регулювати авторське право покликають Закон «Про авторське право». Проте, ди-

зайн у сфері моди не підлягає захисту відповідно до Закону «Про авторське право», так як предмети одягу вважаються «корисними предметами», як це називається згідно із Законом, а даний Закон поширюється лише на захист «корисних творів», в тій мірі, якщо такий дизайн включає в себе живописні, графічні, скульптурні чи інші властивості, які можуть бути відокремлені та здатні існувати незалежно від утилітарної частин твору.

Поява комерційної індустрії моди, призвела до виникнення потреби у захисті авторських прав авторів модного дизайну, забезпечення інтересів у разі копіювання їх конструкцій іншими дизайнерами, які знаходяться у припустимо аналогічному положенні. Поява такої прогалини у правовому регулюванні авторських прав у галузі модного дизайну поштовхнула дизайнерів спробувати забезпечити захист шляхом організації спілок. Так, у США була створена Гільдія модних дизайнерів Америки, яка започаткувала об'єднання для розробників, виробників, продавців, дистриб'юторів жіночого одягу та відповідних виробників, перетворювачів та фарбувальників у галузі текстилю. Дана організація визнала відсутність правового регулювання та захисту авторських прав в оригінальному одязі та дизайні текстилю. Гільдія відзначала та скаржилася на ситуацію, що після того, як їх твори оригінального дизайну входили в торговий потік, виробники починали створювати та продавати їх копії, які зазвичай були за нижчими цінами та якістю, ніж оригінальні твори. Гільдія назвала цю практику «піратство стилю».

Діяльність гільдії привернула увагу Федеральної комісії з торгівлі США, яка подала позов проти Гільдії модних дизайнерів Америки про порушення антимонопольного законодавства. Верховний суд США зазначив, що керівництво Гільдії намагаючись захистити своїх членів знищило будь-яку конкуренцію у сегменті продажу жіночого одягу, який є копіями оригінальних творів, шляхом цілеспрямованого бойкоту та відмови продавати свою продукцію рі-

тейлерам, які слідували практиці продажу одягу скопійованого виробниками з моделей членів Гільдії. Гільдія модних дизайнерів Америки розміщала імена підприємств, які не співпрацюють з нею на червоних картках та імена кооператорів на білих картках, даючи ці картки виробникам з інструкцією, щоб продавати одяг лише компаніям, які є кооператорами. Гільдія вела реєстр записів про оригінальні витвори. Спеціально найняті «покупці» відвідували магазини роздрібною торгівлі, щоб допомогти Гільдії визначити магазини, які продавали копії творів, які знаходяться в реєстрі.

За висловленням суду, це рішення було не довірливим, а його реалізація була добре продуманою системою, з метою встановлення факту копіювання дизайну члена Гільдії у заявленому предметі одягу. Більш того, Гільдія проводила аудит книг своїх членів для перевірки дотримання спрямованих бойкотів та видавала високі штрафи за невідповідність [2, с. 834].

Судом було встановлено, що Гільдія своєю діяльністю запобігала торговельним відносинам між штатами, заважала конкуренції і створила монополію в порушення Законів Шермана та Клейтона. Представники гільдії заперечували, що їх дії порушували антимонопольне законодавство та стверджували про відсутність доказів, що їх дії призвели до регулювання цін, обмеження виробництва та зниження якості товарів. Замість цього Гільдія налягала, що їх дії були розумними та необхідними для захисту виробників, робочих, роздрібних споживачів від руйнівних вад зростаючого піратства оригінальних дизайнерів, та що вони всі вже фактично виграли з цього. Верховний Суд погодився з Федеральною комісією з торгівлі США і постановив, що практика Гільдії позбавила громадськість переваг, які випливають із вільної конкуренції. Крім того, Суд постановив, що положення Гільдії схилилося до монопольного, таким чином, що обґрунтованість методів у переслідуванні досягнення незаконної мети, не мали значення, якщо б була встановлена обґрунтована ціна. У якості останнього аргументу, який Гільдія представила у Суді, є те, що їхні дії були виправдані опираючись на теорію, що копіювання модних конструкцій було цивільним правопорушенням. Проте Верховний суд заперечив та зазначив, що таке копіювання насправді не було цивільним правопорушенням [2, с. 864].

Наступною спробою в індустрії моди, спрямованою на захист авторського права у галузі модного дизайну, було акціонерне товариство Гільдія творців капелюхів, яка відповідно об'єднала виробників творців дорогих жіночих капелюхів. Як і Гільдії модних дизайнерів Америки, метою діяльності спілки була боротьба з практикою відомою як «піратство стилю» у сегменті дамських капелюхів.

Дана Гільдія мала реєстр із оригіналом створених моделей та фасонів, які були розглянуті та затверджені комітетом Гільдії у якості оригіналу. Члени Гільдії взяли на себе зобов'язання не продавати ритейлерам (універмаги та магазини, що збувають товари у роздріб), які купляють та продають контрафактну продукцію. Гільдія також звернулася до ведучих ритейлерів та переконала 1600 з них підписати з нею угоду про співпрацю, яка передбачала зобов'язання ритейлерів не купувати та не збувати будь-які контрафактні капелюхи, які є копіями зареєстрованих в Гільдії [2, с. 865].

Федеральна комісія по торгівлі США дослідила цю практику і постановила, що Гільдією творців дамських капелюхів були вчинені дії, які порушують норми Акту Шермана «Про Антимонополії» щодо обмеження конкуренції у середині сегменту. Гільдія спробувала оскаржити ухвалу Федеральної Комісії до Апеляційного суду США по другому судовому округу, де стверджувала, що піратство стилю є аморальним, і на цій підставі їх дії були виправданими. Проте суд визнав, що дизайнери були поставлені у скрутне становище: створені моделі, які підпадали та ніби були схожі на оригінальний дизайн капелюха або плаття не можна було зареєструвати, а з тим і захистити авторським правом. Суд встановив, що оригінальне творіння є настільки незначною модифікацією вже відомої ідеї, що не можна виправдати гарантію державою монополії для першого творця, до того ж у галузі моди існує циклічність та повторюваність моделей, а навіть незначна модифікація у моделі одягу та капелюху може мати істотне комерційне значення та призводити до великого прибутку. Компанія, яка містить великий штат високооплачуваних дизайнерів, може окупити свої інвестиції лише за рахунок продажу моделей капелюхів які проектуються, тому вона зазнає реальних витрат, коли тільки випущена у продаж компанією модель копіюється; імітатор, в свою чергу, отримує істотний прибуток за рахунок привласнення собі інноваційного стилю, виробленого за рахунок інвестицій іншого дизайнера. Тим не менш, імітатор може копіювати безкарно та закон не надає засобів захисту творцю.

Апеляційний суд повернувся до основного правового аргументу, про те, що піратство стилю не може бути поза законом, інакше це б надало фактичну монополію дизайнерам незапатентованих та не охоронюваних авторським правом моделей, тому, що Конгрес ще не забезпечив захист, надав силу суду. Хоча апеляційний суд визнав, що копії цих конструкцій дозволяють одній особі взяти у іншій «безкоштовний проїзд» на ринку праці та винаходів, також прийшов до висновку, що суспільний інтерес найкраще служить при обмеженні захисту наданій ідеї у конкретному втіленому предметі. Суспільний інтерес, на який посилався Суд, надав універсальний доступ до одягу з низькими цінами, та наслід-

ком його впливу було те, що останні тенденції моди ставали легко доступними для малозабезпечених прошарків населення, та зниження вартості капелюхів. Опис наданий судом про наслідки піратства стилю підсилює аргумент про «парадокс піратства» висловлений професорами Кел Ростелем та Крісем Спрінгманом, що копіювання модних конструкції (моделей) та розповсюдження їх серед населення призводить до творчого перевороту в індустрії моди. Таким чином, апеляційний суд відхилив зусилля Гільдії із захисту високих цін на капелюхи та висловив заохочення проявам конкуренції в індустрії моди, де модні проекти були і залишаються незахищені Конгресом [2, с. 866].

Остання спроба забезпечити захист авторського права у галузі модного дизайну в США став Законопроект «Про захист інноваційного дизайну та запобігання піратства» внесений сенатором Чарльзом Шумером 5 серпня 2010 року. Уважне вивчення минулих спроб захистити дизайн в індустрії моди, робота представників індустрії у цьому напрямку та спроби у регулюванні цього питання на міжнародному рівні не призвели до очікуваного висновку, що цей закон є дійсно необхідним для прийняття у Сполучених Штатах. Навпаки, дослідження цих обставин вказує, що даний Законопроект не є необхідним та має бути не прийнятим. Слід зазначити, що Законопроект «Про захист інноваційного дизайну та запобігання піратства» являє собою не незалежний нормативний акт, а серію поправок та змін до вже існуючих законів.

Зазначеним Законопроектом пропонується закріпити поняття «дизайн одягу», як загальний вигляд товару, включаючи орнамент і оригінальні елементи або розташування елементів, доти, як ці елементи є результатом власних творчих прагнень дизайнера, та впроваджують унікальний, помітний, нетривіальний і не утилітарний варіант в порівнянні з попередніми конструкціями схожих типів товарів. Важливо відзначити, що для того, щоб дизайн одягу отримав захист згідно Законопроекту, він має бути представлений публічно громадськості та не потребує реєстрації. Законопроект розглядає під визначенням одягу досить широке коло предметів від власне одягу та сумок, до мішків для речей та оправ для окулярів.

Відповідно до положень Законопроекту позивач, стверджуючий про порушення своїх авторських прав, повинен довести, що його дизайн товару забезпечує «унікальний, помітний, нетривіальний і не утилітарний варіант в порівнянні з попередніми конструкціями», що дизайн був скопійований відповідачем без згоди його власника, є «по суті ідентичним» до оригіналу, може бути помилково прийнятий за нього та навести факти і обставини, які вказують, що відповідач побачив або іншим чином отримав відомості про захищений дизайн [2].

Товар відповідача вважається скопійованим, якщо товар істотно ідентичний загальному зовнішньому вигляду та істотно ідентичний оригінальним елементам захищеного дизайну. Істотно ідентичний еталон визначається як такий, що є настільки схожим на вигляд, що ймовірно всього може бути сплутаний із захищеним дизайном, таким чином, що товар містить лише ті відмінності в конструкції або дизайну, які є просто тривіальними. Звільняються від дії Законопроекту «Про захист інноваційного дизайну та запобігання піратства» дизайн (конструкції), які є результатом незалежної творчості, або є єдиною копією для безпосереднього особистого використання митця або членів його сім'ї [2]. Захист, що забезпечується Законопроектом, однак, не визначається наявністю або відсутністю конкретного кольору чи кольорів, живописним або графічним зображенням відбитим на тканині. Тривалість захисту такої конструкції обмежується трьома роками.

Іншими словами, поріг є надзвичайно високим, щоб визначити, що кваліфікується як унікальний та відмінний дизайн одягу.

Так, сукня надягнута на червону доріжку не буде відповідати критеріям захисту, а піджак, який має оригінальний виріз, прикладом можуть служити куртки із загостреними плечами Martin Margiela представлені три роки тому, та які були масово скопійованими, можуть відповідати властивостям унікальності та нетривіальності [4].

Тож, як стверджують професори Кел Ростел та Кріс Спрінгман законопроект у разі його прийняття буде впливати лише на незначну частину вельми унікального дизайну і таким чином буде мати незначний вплив на індустрію моди [5].

Як уявляється, спірність законодавчої ініціативи сенатора О. Хетча в тому, що він не враховує унікальності індустрії моди. Індустрія моди фактично процвітає на копіюванні в певній мірі. Наприклад, модні тенденції не встановлюються, коли дизайнер є єдиною особою, який виробив інноваційний дизайн. Навпаки, модні тенденції започатковуються, коли інший дизайнер інтерпретує це нововведення в тому ж, або наступному сезоні.

Копіювання конструкцій моди, які коли вперше представлені були інноваційними, призводить до подальших інновацій, тому, що копіювання з цих конструкцій призводить до насичення цим дизайном і попиту на щось нове. Кел Ростел і Крістофер Спрінгман описують це явище в індустрії моди як «парадокс піратства», що копіювання не в змозі стримувати інновації в індустрії моди, тому що інтуїтивне копіювання не дуже шкідливо для творців, та копіювання може насправді сприяти інноваціям та отриманню користі споживачами [6].

До того ж критики законопроекту наполягають, що всупереч твердженням його авторів, насправді законопроект нанесе шкоду незалежним дизайнерам.

рам, більшість з яких не мають достатньо коштів для ведення судових справ та ефективного оскарження позовів великих корпорацій про порушення авторських прав. Крім того, оскільки дизайнери, а з ними і дистриб'ютори можуть бути звинувачені у порушенні авторських прав, то дистриб'ютори одягу будуть досить неохоче укладати договори із новими дизайнерами на продаж їх робіт та особливо до дизайнерів, які не володіють достатніми коштами, впливом та владою, щоб найняти кваліфікованих адвокатів. Критики законопроекту також зазначають, що через правовий ризик виробництва зразків одягу, менше людей будуть прибігати до шиття одягу, а виробники текстилю та швейні магазини будуть зазнавати збитків. Цей аргумент водночас є спірним, так як такий дизайн не підпадає під дію закону. Також, як доказ лицемірства законопроекту, критики вказують на те, як один з самих ярих при-

хильників законопроекту, Діана фон Фюрстенберг була викрита у копіюванні і розповсюдженні зразків одягу розроблених до неї незалежним канадським дизайнером. Також критики висувують аргумент, що у даний час індустрія моди процвітає та стимулює інновації, що оригінальність в дизайні одягу є досить незначними для захисту авторським правом, а розширення сфери захисту авторських прав задушить діяльність незалежних дизайнерів, даючи потужну монополію представникам великих корпорацій в індустрії моди [7].

Висновок. Враховуючи вищевикладене, слід зазначити, що питання захисту інтелектуальної власності у галузі індустрії моди викликають низку проблем та невирішених розбіжностей у поглядах, що відповідно викликає потребу подальшого розгляду та аналізу аспектів у сфері запобігання розповсюдження піратства у галузі моди.

ЛІТЕРАТУРА

1. Intellectual property in the fashion industry [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.wipo.int>
2. Alexis N. Stevens Not Designed to Fit: Why the Innovative Design Protection and Piracy Prevention Act Should Not Be Made into Law 32 Pace L. Rev. 856 (2012) [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://digitalcommons.pace.edu/plr>
3. Hannah Martin, Copyright Protection for Fashion Design, THE HUNTINGTON NEWS (Apr. 15, 2010) [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://huntnewsnu.com/2010/04/copyright-protection-for-fashion-design/>
4. Ногун С. Schumer Bill Seeks to Protect Fashion Design [Електронний ресурс]. – Режим доступу: [NYTimes.com](http://nytimes.com)
5. Kal Raustiala and Chris Sprigman Should Fashion be Protected by Copyright Laws? A Guest Post <http://freakonomics.com/2010/03/12/should-fashion-be-protected-by-copyright-laws-a-guest-post/>
6. Kal Raustiala & Christopher Sprigman, The Piracy Paradox: Innovation and Intellectual Property in Fashion Design, 92 VA. L. REV. 1687, 1691 (2006)
7. Design Piracy Prohibition Act. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://en.wikipedia.org/wiki/Main_Page

Токарева Віра Олександрівна

ЗАХИСТ ІНТЕЛЕКТУАЛЬНОЇ ВЛАСНОСТІ У ГАЛУЗІ ІНДУСТРІЇ МОДИ

Стаття присвячена питанням, які виникають у зв'язку із законодавчими спробами встановити захист інноваційного дизайну та запобігти проявам піратства галузі індустрії моди у США. Розглянуті точки зору прибічників встановлення регулювання та захисту інтелектуальної власності у галузі індустрії моди на законодавчому рівні. Названі аргументи, що обґрунтовують недоцільність регулювання захисту інтелектуальної власності у галузі індустрії моди.

Ключові слова: право інтелектуальної власності, авторське право, контрафактна продукція, захист інноваційного дизайну.

Токарева Вера Александровна

ЗАЩИТА ИНТЕЛЕКТУАЛЬНОЙ СОБСТВЕННОСТИ В СФЕРЕ ИНДУСТРИИ МОДЫ

Статья посвящена вопросам, возникающим в связи с законодательными попытками установить защиту инновационного дизайна и предотвратить проявления пиратства в области индустрии моды в США. Рассмотрены точки зрения сторонников установления регулирования и защиты интеллектуальной собственности в области индустрии моды на законодательном уровне. Названы аргументы, обосновывающие нецелесообразность регулирования защиты интеллектуальной собственности в области индустрии моды.

Ключевые слова: право интеллектуальной собственности, авторское право, контрафактная продукция, защита инновационного дизайна.

Tokareva Vira Oleksandrivna

PROTECTION OF INTELLECTUAL PROPERTY IN THE FASHION INDUSTRY

Article is devoted to issues of establishing protection of design innovation and piracy prevention the USA fashion industry. Different viewpoints on this issue are discussed.

Keywords: Intellectual property law, copyright law, counterfeiting products, design protection.