

(переглянута), Конвенція Ради Європи про захист дітей від сексуальної експлуатації та сексуального насильства тощо.

У представлених документах, повністю або частково, відображені загальновідомі особисті немайнові права, такі як: право на життя, право на здоров'я та його охорону, право жити і виховуватись у сім'ї, право на ім'я, право на освіту та багато інших.

Відтак в усіх нормативно-правових актах, в яких закріплені різні види особистих немайнових прав, знайшли своє відображення норми Конвенції ООН «Про права дитини», яка і стала їх основою. Проте це не суперечить подальшому дослідженню з метою з'ясування можливих напрямів удосконалення законодавства про особисті немайнові права дітей, оскільки законодавство носить переважно декларативний характер. Для цього, перш за все, необхідно привести законодавство відповідно до положень Конституції України та норм міжнародного права, зокрема, ратифікувати низку підписаних Україною міжнародних конвенцій.

Визнання особистих немайнових прав дітей міжнародним правом і приведення національних законодавств у відповідність до цих норм стало результатом позитивних змін у регулюванні прав дитини. На сьогодні діти визнані самостійними суб'єктами особистих немайнових прав, що їм належать.

СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ:

1. Баранова Л. М., Борисова В. І., Жилінкова І. В. та ін. Сімейне право України: підручник. Київ: Юрінком Інтер, 2006. С. 30 (288 с.).
2. Декларація прав дитини 1959 року. URL: <http://www.chl.kiev.ua/default.aspx?id=331> (дата звернення 14.01.2017).
3. Про здійснення прав дітей: Європейська Конвенція // Офіційний вісник України, 2007. № 91. С. 86. Ст. 3355.
4. Про права дитини: Конвенція ООН від 20.11.1989 р. URL: http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/995_021 (дата звернення 14.01.2017).
5. Про контакт з дітьми: Конвенція Ради Європи від 15.05.2003 р. URL: http://zakon4.rada.gov.ua/laws/show/994_659 (дата звернення 14.01.2017).
6. Левченко К. Двадцять років Конвенції ООН про права дитини. URL: <http://www.khpg.org/index.php?id=1258983351> (дата звернення 14.01.2017).
7. Сніжко М. Захист прав дітей в Україні з урахуванням міжнародних договорів з питань сімейного права // Юридичний журнал, 2009. № 3. С. 83–90.
8. Федюк Л. В. Система особистих немайнових прав у цивільному праві: монографія. Івано-Франківськ: ВДВ ЦІТ, 2007. С. 12. (148 с.).

Reznik G. International legal regulation of moral rights child

In the article the features of securing children's rights in international instruments, special attention is paid to the moral rights of children.

Keywords: children, children's rights, personal non-property rights.

FASHION LAW ЯК НОВЕ У ПРАВІ

Походжук Р. В.,

кандидат юридичних наук, науковий співробітник відділу проблем договірної права НДІ приватного права і підприємництва імені академіка Ф. Г. Бурчака НАПрН України

Походжук Т. Б.,

кандидат юридичних наук, асистент кафедри господарського права юридичного факультету КНУ імені Тараса Шевченка

Статтю присвячено виникненню та розвитку модного права в окремих країнах світу. Розкриваються основні підходи до розуміння модного права та аналізується можливість його існування у вітчизняній доктрині права.

Ключові слова: мода, індустрія моди, модне право, право інтелектуальної власності.

Відносно недавно в юридичній науці та практиці з'явився у вжитку новий термін «модне право», або англійською – fashion law. Він набув поширення в США та Європі, а також Південній Африці. Поодинокі публікації з'являються і на пострадянському просторі.

Одними з перших досліджень в сфері «модного права» можна відзначити дисертаційне дослідження Жан Бельюмер «Міжнародне право моди» (*Droit international de la mode*, 2000) [1]. Водночас ще однією доволі значущою роботою в сфері «модного права» є колективна праця під назвою «Право розкоші» (*Le droit du luxe*, 2004), що була додатком до французького юридичного журналу *Revue Lamy Droit des affaires* [2]. З цього часу цей термін поступово починає використовуватися у юриспруденції окремих країн світу.

Однією з перших, хто також займався дослідженням у сфері модного права, є С'юзан Скафіді. На її думку, модне право є не тільки стильним навчальним предметом, а і галуззю знань, яка має всі шанси увійти до загального вжитку. Слова «мода» і «право» не були пов'язані, і «модне право» не було визнаною сферою спеціальних юридичних знань. Сьогодні ми вже можемо спостерігати, як відбувається зародження та зростання ролі міжнародно-правової галузі, що виникла на індивідуальне замовлення для бізнесу моди [3, с. 14]. Автор звертає увагу на те, що взаємозв'язок моди та права є необхідним нині, оскільки бізнес моди є доволі значним за обсягом та потребує належного правового регулювання. Таким чином, формування модного права є результатом закономірного розвитку відносин у сфері моди.

У цьому контексті варто навести думку окремих бразильських юристів, які вважають, що хоча зрозуміло, що модне право набагато розвиненіше у США (де воно вже включено до деяких навчальних програм юридичних шкіл і де нині законопроект, розроблений спеціально для захисту модних дизайнів, обговорюється в Конгресі), бразильські адвокати і студенти юридичних факультетів дедалі частіше визнають актуальність модного права, спеціалізованої галузі, що надає можливість задовольняти конкретні потреби складної і коштовної індустрії [4]. Як наслідок, можна стверджувати про поширення та розвиток модного права і у Бразилії, де, зокрема, як і у США юристи та науковці дедалі більше звертаються до науки задля дослідження та вдосконалення модного права.

Франція, США та Бразилія не є єдиними країнами, де розвивається модне право, адже можна стверджувати, стрімкими темпами воно поширюється і в Південно-Африканській Республіці. Так, на переконання південно-африканського юриста Сумайї Де'Мар, модна та швейна промисловості зростають швидкими темпами в Південній Африці і, фактично, бізнес, що забезпечує їх, стає незахищеним до порушення авторських прав. Водночас автор стверджує, що випадки були зафіксовані в Південній Африці, де малі підприємства, які вже практично не мали доступу до компетентного юридичного консультанта, так і не змогли боротися за свої права проти великих корпорацій. Своєю метою вона бачить в тому, щоб підкреслити важливість захисту інтелектуальної власності предмета одягу або модного аксесуару протягом усього його життєвого циклу, а також для забезпечення малого бізнесу знаннями і необхідною інформацією [5]. Таким чином, модне право починає цікавити дедалі більше і більше юристів, адже виникає досить багато проблем у сфері моди, що потребують належного правового регулювання.

Джорж Б. Спролес чітко зазначив, що мода змінюється, з'являються нові стилі і, врешті-решт, змінюються новими [6]. У цьому контексті окремі автори слушно зазначають, що очевидним є те, що попит на нові віяння моди не зводиться просто до матеріальних або фізичних потреб. Хоча для когось, можливо, буде потрібна заміна пари джинсів, коли стара пара зношується, або більш тепле пальто, коли погода стає холодною. Для більшості людей через соціально-економічний спектр придбання одягу далеко не вичерпується цими видами ситуацій. Майже всі з нас неминуче беруть участь в моді, навіть якщо ми не будемо намагатися слідувати їй. Зміна моди це багатогранний феномен, що потребує культурного пояснення. І в різних сферах задумалися про те, чим мода є, і, зокрема, що становить моду, рух від впровадження для прийняття до зниження певних стилів [7]. Такий підхід до розуміння моди та потреб фізичних осіб в одязі, предметах розкоші, модних аксесуарах тощо відображає той факт, що глобалізаційні процеси у сфері моди торкаються всіх без винятку осіб. Тому для окремих осіб предмети індустрії моди є життєвою необхідністю, і ці особи не приділяють самій моді значної уваги, проте існує група осіб, для яких мода фактично є мистецтвом, стилем життя, відображенням індивідуальності тощо.

Ще однією тенденцією, яка склалася в останнє десятиріччя, є поява перших магістерських програм за напрямом «fashion law», зокрема, у 2006 р. перший курс з Модного права, що викладався на основі американського коледжу в Технологічному інституті моди (*Fashion Institute of Technology*) в Нью-Йорку. У 2008 р. професор С'юзан Скафіді ввела перший курс з Модного права в американській школі права (*Fordham Law School*), та вже у 2010 р. зазначений професор заснувала Інститут модного права у Фордхемі. Зовсім недавно Бруклінська школа права та школа права Кардозо запланували навчальні курси з модного права. Також у 2010 р. за підтримки відомого дизайнера Діани фон Фюрстенберг та Американської ради модельєрів було відкрито самостійний Інститут модного права (*Fashion Law Institute*). У 2010 р. юристи написали перший американський юридичний посібник у цій галузі: «Право моди: юридичний посібник для модних дизайнерів, менеджерів та юристів (*Fashion Law: A Legal Guide for Fashion Designers, Executives and Attorneys*)». Сьогодні юридичні фірми та

асоціації адвокатів по всій країні спонсорують курси з підвищення кваліфікації в галузі модного права [8]. Проте не тільки в США, а й у Європі також запроваджуються магістерські програми з модного права. Зокрема, в Італії Інсубрійський університет пропонує магістерську програму «Мода і Право» (Fashion and Law) [9]. Таке запровадження магістерської програми в Італії є правильним, адже вказана країна є однією з передових в індустрії моди. Водночас необхідно зазначити, що виникнення магістерських програм у різних країнах світу свідчить про нагальну потребу в таких програмах, зумовлену вимогами часу та індустрією моди. Як наслідок, створення наукового підґрунтя задля навчання юристів, що спеціалізуються чи бажають спеціалізуватися у сфері моди, є необхідним в нинішніх умовах.

Виокремлення та й поява «модного права» загалом є результатом значного розвитку індустрії моди. Індустрія моди зросла до таких обсягів, що стала досить великою, щоб бути економічно важливою, і складає майже чотири відсотки сукупного світового ВВП, а її сума нині перевищує 1 трлн доларів на рік. Модні компанії надзвичайно виростили в соціально-економічній важливості. Саме завдячуючи моді, Бернар Арно, президент французької групи компанії моди та предметів розкоші Louis Vitton Moët Hennessy (Моєт Хеннесі Луї Віттон), став одним з найбагатших громадян Франції, в той час як Луїс Амансіо Ортега, засновник роздрібною мережі Zara, став найбагатшою людиною Іспанії. У 1998 р. модельєр Донна Каран продала компанію, яку вона заснувала тринадцять років тому, компанії LVMH за 643 млн доларів. У 2008 р. найбільша компанія Америки Wal-Mart, яка мала понад 400 млрд доларів в річному доході, отримала значну частину її прибутків від продажу одягу.

З річним обсягом продажів одягу близько 200 млрд доларів на рік індустрія моди США оцінюється приблизно вдвічі більше так званої об'єднаної індустрії розваг (книги, фільми і музика), але цим попередньо знехтувала професія юриста. До прикладу, пошук Amazon у квітні 2010 р. для книг, що належать до юридичних спеціальностей, показав таке порівняння: Право інтелектуальної власності: 1912 записів; Спортивне право: 316 записів; Право розваг: 173 записи; Готельне право: 51 запис; Музичне право: 26 записів; Модне право: 4 записи [8]. Таким чином, розуміючи масштаби індустрії моди та необхідності її правового регулювання, розвиток модного права є неминучим, а тому його дослідження є актуальним та відповідає вимогам часу.

Більшість науковців зазначає про комплексний характер модного права, що, на нашу думку, є цілком виправданим, оскільки до сфери його регулювання входить значне коло відносин. З цього приводу слушною є думка Моніки Б. Річман: за її словами, модне право не є традиційною юридичною спеціальністю, як податкове або трудове право. Домінуючою є думка, що «модне право» є певною універсальною назвою для суміші юридичних спеціальностей, що необхідні клієнтам в індустрії моди. Протягом сезону багато учасників у світі моди, включаючи дизайнерів, виробників, імпортерів/експортерів, дистрибуторів, випробувальних лабораторій, а також юристів, які обслуговують їх, вирішують широкий спектр правових питань в різних сферах, таких як: нерухомість, податки, інтелектуальна власність/ліцензування, митниця, зайнятість, недоторканність приватного життя та безпека даних, а також судовий розгляд. Модне право є поєднанням всіх цих і ще більшої кількості юридичних спеціальностей, що необхідні для підтримки ведення бізнесу в сучасній індустрії моди [10]. До схожого висновку доходить Джоанна Бучальська, стверджуючи, що модне право не може бути визначено просто як одна галузь права, воно має комплексний характер і охоплює багато галузей права, таких як: інтелектуальна власність і промислове право, розповсюдження продукції, комерційне використання прізвища, а також 3D-друк. Модне право є новою галуззю права, яка також має багатонаціональний аспект, що простежується в міжнародних договорах і способі доставки та виробництва продукції. Саме з цієї причини необхідність відповіді на запитання про те, чи модне право є новим підходом до права, стала ще більш актуальною [3]. Водночас окремі автори зазначають, що модне право включає в себе відповідні поняття з інтелектуальної власності, контрактів, корпоративного права, комерційного продажу, нерухомості, трудового права, законодавства про рекламу, а також міжнародної торгівлі і митниці [11, с. 2]. Отже, можна зробити висновок, що існування єдиного підходу до розуміння модного права ще не сформовано, хоча більшість науковців та юристів-практиків притримується позиції, що це є комплексним утворенням чи галуззю права. Такий підхід в сучасних умовах розвитку права та моди має право на існування, адже модне право не може визначати єдину сукупність правових інститутів, що будуть ним охоплюватися. В різних країнах можуть відображатися різні інститути права в межах модного права, оскільки кожна країна має власну систему права та законодавства.

На переконання бразильських юристів, незважаючи на сприйняття того, що індустрія моди є індустрією, що заснована виключно на натхненні і тенденціях, право інтелектуальної власності відіграє життєво важливу роль у цій конкурентній і прибутковій індустрії, забезпечуючи ексклюзивність дизайну предметів моди. Інтелектуальна власність може захистити моду в широкому спектрі форм (від торговельної марки, бренду до дизайну одягу, тканинного друку, прикрас тощо), які разом формують модний бренд. Насправді, основа модного права знаходиться в праві інтелектуальної власності, галузі права, що захищає і заохочує творчість та інновації [4]. З таким міркуванням слід погодитися,

оскільки дійсно базисом модного права є право інтелектуальної власності. De facto будь-яке творіння моди є продуктом мислення людини, яка його створює, а тому першочергово виникає у сфері права інтелектуальної власності.

На пострадянському просторі висловлюється теза, що модне право є комплексною правовою дисципліною, в складі якої присутні норми права інтелектуальної власності, цивільного і торгового права, митного, трудового права. Особливу значущість в модному праві набувають питання, пов'язані з нерухомістю, рекламою та маркуванням, боротьбою з контрафактними товарами, конфіденційністю інформації, комерційною таємницею тощо. Водночас зазначається, що комплексні теоретичні дослідження у сфері модного права нечисленні, тому стверджувати, що концептуально цей напрям сформовано, було б передчасним [12]. У такому аспекті можна судити про існування модного права на рівні країн СНД, проте на рівні країн Європи, США ми доволі чітко бачимо більш стрімкий розвиток модного права та формування його доктринального підґрунтя. Водночас ми бачимо певну підміну понять, адже під дисципліною зазвичай розуміють навчальний предмет чи галузь знань, але не норми права різних його галузей.

Існує думка, що модне право є новою правовою дисципліною, яка вирішує поточні юридичні питання, загальні для індустрії моди (наприклад, мода і основний одяг, взуття, ювелірні вироби і аксесуари, краса, продукти аромату). Хоча юристи допомагають консультувати індустрію моди протягом десятиліть, лише недавно дисципліна модного права, що формується, була визнана в якості окремої юридичної спеціальності [8]. Погоджуючись з такою позицією, варто зауважити, що оскільки стрімкий розвиток відносин у сфері моди, що регулюються правом, потребує окремої навчальної дисципліни, яка буде висвітлювати всі аспекти індустрії моди, ця дисципліна має, в першу чергу, бути спрямованою на висвітлення моди крізь призму права. У цьому контексті варто навести міркування Л. Сведсена стосовно того, що закріплення на ринку завжди було важливою стратегією для збільшення культурного капіталу, проте метою збільшення культурного капіталу моди найчастіше стає врешті-решт збільшення капіталу економічного. Мода завжди знаходиться десь посередині між мистецтвом і капіталом і часто схиляється в бік першого, щоб заглушити звучання другого [13, 138–139]. Доволі чітке міркування автора свідчить про те, що першочергове в моді – це мистецтво, адже тільки на його основі можна створювати прекрасне творіння. Водночас капітал є вже другорядним аспектом, який забезпечує життєдіяльність моди. Як наслідок, нагального значення набуває право як інструмент, за допомогою якого задум творця предмета моди може бути захищеним. Однак право забезпечує не тільки захист права інтелектуальної власності, а покликане забезпечувати весь процес – від моменту зародження ідеї в голові творця до створення предмета моди та подальшого його існування, оборотоздатності тощо. Тому, на наше переконання, модне право має бути певним симбіозом моди та права, а не лише правом, що обслуговуватиме індустрію моди.

У світлі вищевказаного варто відмітити, що хоча існують думки, що модне право є галуззю права, ми вважаємо такі міркування передчасними. Традиційно, коли ми говоримо про якусь галузь права, то під нею ми розуміємо відносно самостійну сукупність норм права, що регулює якісно однорідну сферу (рід) суспільних відносин і володіє тільки їй властивим режимом правового регулювання (тобто предметом, методом, метою, способами, типом правового регулювання) та є підсистемою системи права [14]. Коли ми виокремлюємо одну галузь права від іншої, то говоримо про окремий предмет і метод, а враховуючи, що модне право перебуває на етапі становлення, говорити про існування окремої чи комплексної галузі права видається передчасним. На нашу думку, на сьогодні можна розглядати модне право як сферу спеціальних юридичних знань та навчальну дисципліну.

Попри наукові підходи чи існуюче тлумачення модного права, практична юриспруденція також не відстає та формує окрему юридичну сферу практики. На переконання Марселли Баллард, як тільки бренди збільшили свою присутність у ЗМІ, споживачі стали більш обізнаними про марку та більш поінформованими про купівлю товарів з брендовим «ім'ям». За останні десять–двадцять років розвиток Інтернету змінив маркетинг і збут продукції. Введення соціальних медіа створило новий світ для реклами і збуту та відіграло значну роль у швидкому зростанні і падінні популярності багатьох брендів. Соціальні медіа також допомогли сприяти кобрендингу¹ і можливостям підтримки модними брендами та знаменитостями або іншими особами соціальних медіа, які мають перевагу, дозволяючи всім учасникам залучити більш широку публіку глядачів. Ці нові розробки у сфері реклами і медіа-стратегії призвели до появи нових юридичних тонкощів, що допомогли розвинути «модне право» у свою власну нішеву сферу практики [16]. Водночас окремі автори відмічають, що дедалі більше юристів сьогодні називає їх професійну практику як модне право. До бізнес-юристів часто звертаються з проханням надати одночасно суміш бізнесу та юридичної консультації [11, с. 2]. Тому можна говорити про існування модного права не тільки з позиції доктринальних підходів, а й з позиції практичної юриспруденції.

¹ **Кобрендинг** (англ. *cobranding*, також використовується і *co-branding*), дослівний переклад – «об'єднання брендів». Розміщення в рекламному полі двох або більше брендів, які об'єднуються однією метою і повідомляють про програми для споживача. Спосіб посилення комунікативного впливу на аудиторію [15].

У той час як модне право іноді сприймається як розширення права інтелектуальної власності, окремі автори виявили більш експансивний, орієнтований на практику підхід, прийнявши перспективу Головного юрисконсульта модних компаній від середніх до великих. Хоча пов'язані з інтелектуальною власністю проблеми є дійсно центральними, є багато інших юридичних проблем, які, зазвичай, повинен вирішувати Генеральний юрисконсульт моди, зокрема, це питання: а) ліцензування; б) анти-контрафактинг; в) комерційні продажі; г) митниці та міжнародні продажі; д) етична відповідність/ питання, пов'язані з низькою заробітною платою та працею в тяжких умовах [8]. Таким чином, автори зробили спробу виокремити складові елементи модного права. У свою чергу, Марселла Баллард зазначає, що модне право розглядає майже всі правові сфери, оскільки індустрія включає в себе цілу низку заходів – від концепції продукту до проектування та виробництва, а також маркетингу та продажу. Для деяких з нас, в площині інтелектуальної власності, модне право найчастіше включає в себе отримання (придбання) прав інтелектуальної власності, в тому числі торгових марок, авторських прав та патентів, а також глобального ліцензування та подальшого забезпечення дотримання цих прав. Забезпечення дотримання прав інтелектуальної власності в моді також включає в себе освіту і навчання громадськості та відповідних правоохоронних органів, таких як митні органи, про підробки та порушення [16].

Таким чином, до сфери регулювання модного права можна віднести відносини, що складаються у сфері інтелектуальної власності, корпоративних, трудових, фінансових відносин, у сфері ліцензування, інвестицій, захисту прав споживачів у сфері індустрії моди, також може охоплювати питання міжнародної торгівлі тощо. Модне право охоплює як цивільне та господарське право, так і фінансове, податкове, трудове тощо.

Якщо говорити про майбутнє модного права, то, як і все нове, сприйматиметься непросто. Тим паче, що розвиток модної індустрії в Україні на сьогодні не є пріоритетною сферою, але останніми роками помітний певний прогрес.

Отже, говорити про модне право як про самостійну, окрему галузь права досить важко, і в принципі на сьогодні неможливо визначити особливий предмет та метод цієї галузі. Водночас модне право можна розглядати як новий підхід, тим більше, що ми можемо спостерігати відсутність однорідного захисту для модних товарів [3]. Звісно, необхідність всебічного дослідження модного права, як навчальної дисципліни та галузі знань, є необхідним у сучасних умовах розвитку моди та права.

Підсумовуючи, *модне право можна визначити як сукупність правових норм, що регулюють відносини в індустрії моди, а саме, відносини з приводу створення та поширення предметів одягу, взуття, ювелірних виробів і аксесуарів та краси, продуктів аромату тощо, тобто включає в себе питання від зародження ідеї в голові творця та її правовий захист до придбання особою предмета моди.*

СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ:

1. Jeanne Belhumeur. Droit international de la mode (*in French*) // GBV Common Library Network of the German States Bremen, 2000. URL: <http://www.gbv.de/dms/spk/sbb/toc/324836414.pdf> (дата звернення: 05.01.2017).
2. Annabelle Gauberti, Martine Coiquaud, Mireille Dany, Christophe Roquilly, Aurélie Buisson, Frédéric Dumont, Béatrice Lerat, Laurent Carrié, Michael Sicakyus // Le droit du luxe / Supplément – Revue Lamy Droit des affaires. 2004. № 71. URL: <http://crefovi.com/Droit%20du%20luxe.pdf> (дата звернення: 09.01.2017).
3. Joanna Buchalska. Fashion Law: A New Approach? // QM Law Journal Volume 8: Special Conference Issue. URL: <http://www.law.qmul.ac.uk/docs/undergrad/188780.pdf> (дата звернення: 09.01.2017).
4. Mina Kaway. An Overview of Fashion Law in the United States and Brazil // BHBA IP, Internet & New Media. URL: <https://bhbaipblog.wordpress.com/2012/11/05/an-overview-of-fashion-law-in-the-united-states-and-brazil/> (дата звернення: 13.01.2017).
5. Sumaiya De'Mar. The Business of Fashion Law // Leadership. 2016. URL: <http://www.leadershiponline.co.za/articles/the-business-of-fashion-law-17607.html> (дата звернення: 07.01.2017).
6. Sproles, George B. Analyzing Fashion Life Cycles: Principles and Perspectives. // Journal of Marketing. 1981. Vol. 45, № 4, p. 116–124. URL: www.jstor.org/stable/1251479 (дата звернення: 08.01.2017).
7. Hemphill, C. Scott & Jeannie Suk Gersen. The Law, Culture, and Economics of Fashion // Stanford Law Review, 2009. Vol. 61. URL: https://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract_id=1323487 (дата звернення: 05.01.2017).
8. Guillermo Jimenez, Barbara Kolsun, George Gottlieb, Marc Mistha. Fashion Law: Key Issues in a New Legal Discipline // Bright Ideas. 2010. Vol 19. № 2 / NYSBA. URL: <http://www.grr.com/download/FashionLawNYSBA.pdf> (дата звернення: 03.01.2017).
9. Università degli Studi dell'Insubria. URL: <http://www4.uninsubria.it/on-line/home/naviga-per-profilo/foreign-student/articolo9091.html> (дата звернення: 08.01.2017).
10. Monica B. Richman. A Fashionable Career // Navigating Fashion Law: Leading Lawyers on Exploring the Trends, Cases, and Strategies of Fashion Law (Inside the Minds). USA: Tomson Reuters/Aspatore, 2012. URL: <http://www.dentons.com/~media/SNR%20Import/persons/r/Richman%20Monica%20B%2000%20pdf.pdf> (дата звернення: 10.01.2017).

11. Guillermo Jimenez, Barbara Kolsun. Fashion Law: A Guide for Designers, Fashion Executives and Attorneys. Second Edition – New York: Bloomsbury, 2014. URL: https://books.google.com.ua/books?id=0BMRAwAAQBAJ&pg=PP1&lpg=PP1&dq=Guillermo+Jimenez,+Barbara+Kolsun+%22Fashion+Law:+A+Guide+for+Designers,+Fashion+Executives+and+Attorneys&source=bl&ots=gEVmt-p40k&sig=_-3r9KQdV7B1ioODjDyt_18CDfo&hl=uk&sa=X&ved=0ahUKEwj24sHLhP7RAhXmYpoKHWbqDVMQ6AEIZDAJ#v=onepage&q=Guillermo%20Jimenez%2C%20Barbara%20Kolsun%20%22Fashion%20Law%3A%20%20Guide%20for%20Designers%2C%20Fashion%20Executives%20and%20Attorneys&f=false (дата звернення: 11.01.2017).

12. Шебанова Н. А. Правовое обеспечение индустрии моды – Модное право? / Сайт: Института государства и права РАН. URL: http://www.igpran.ru/articles/3551/#_ftn1 (дата звернення: 12.01.2017).

13. Свендсен Л. Философия моды / пер. с норв. А. Шипунова. Москва: Прогресс-Традиция, 2007. 256 с.

14. Скакун О. Ф. Теорія права і держави: підручник. Київ: Правова єдність, 2011. URL: <http://westudents.com.ua/glavy/70089-3-galuz-prava.html> (дата звернення: 03.01.2017).

15. Визначення кобрендингу. URL: <https://ru.wikipedia.org/wiki/%D0%9A%D0%BE%D0%B1%D1%80%D0%B5%D0%BD%D0%B4%D0%B8%D0%BD%D0%B3> (дата звернення: 03.02.2017).

16. Marcella Ballard. IP Protection for the Fashion Industry // Navigating Fashion Law, 2016 edition: Leading Lawyers on Protecting Client Brands and Following Industry Trends (Inside the Minds) – USA: Tomson Reuters/Aspatore, 2016. URL: <https://www.venable.com/files/Uploads/Documents/Ballard%20Chapter.pdf> (дата звернення: 10.01.2017).

Pozhodzhuk R., Pozhodzhuk T. Fashion law as a new in law

The article is devoted to the emergence and development of fashion law in some countries. Author described main approaches to the understanding of fashion law and the possibility of its existence in the national legal doctrine of law.

Keywords: fashion, fashion industry, fashion law, intellectual property.

ОСНОВНІ ТЕНДЕНЦІЇ РОЗВИТКУ МІЖНАРОДНОГО ПРАВА В КОНТЕКСТІ ВІЛЬНОГО ВИКОРИСТАННЯ ТВОРІВ У ЦИФРОВОМУ СЕРЕДОВИЩІ

Троцька В. М.,

завідувач сектора суміжних прав відділу авторського права і суміжних прав НДІ інтелектуальної власності НАПрН України

У статті аналізуються питання, пов'язані з міжнародно-правовою охороною авторського права в контексті вільного використання творів, починаючи від перших міжнародних конвенцій і до сучасного законодавства. Встановлено, що у зв'язку з поширенням використання творів у цифровому середовищі правове регулювання авторсько-правових відносин у цій сфері потребує удосконалення.

Ключові слова: авторське право, твір, вільне використання творів, винятки та обмеження, мережа Інтернет, технічні засоби захисту, баланс інтересів.

Останні десятиліття в історії розвитку суспільства характеризуються потужним поширенням інформаційно-комунікаційних технологій. Починаючи з 70-х років ХХ ст., після винайдення комп'ютера, а пізніше – Інтернет, перед законодавцями постало питання врегулювання правовідносин, пов'язаних з охороною прав авторів на твори в цифровому середовищі, зокрема, в частині можливості встановлення обмежень виключних майнових прав авторів з метою вільного використання будь-якими особами таких творів. Особливість та водночас складність вирішення цього питання полягає, з одного боку, в необхідності досягнення балансу інтересів – авторів, які мають виключні авторські права на їх твори, з іншого – суспільства, що зацікавлене в доступі до таких творів з метою отримання знань та інформації. Як зазначають О. Луткова, Д. Черниш: «інститут вільного використання творів є одним з найбільш дискусійних у міжнародному авторському праві, що обумовлено суперечливістю його природи. Основне завдання інституту вільного використання – примирення протилежних інтересів правовласника й осіб, що використовують твір правовласника. Складно встановити грань, яка відділяє законне використання від незаконного, правомірні дії від правопорушень у цій сфері» [1]. Особливо актуальними ці питання постають в наш час, коли швидкий розвиток цифрових технологій вимагає перегляду норм міжнародного і національного законодавства та їх удосконалення з огляду на появу нових правовідносин та способів використання творів. У зв'язку з цим питання розвитку інституту вільного використання творів та визначення перспектив його подальшого розвитку потребують детального дослідження.