ПРАВОВОЕ РЕГУЛИРОВАНИЕ ПРАВ ДИЗАЙНЕРОВ В США

Вера ТОКАРЕВА,
кандидат юридических наук, доцент кафедры гражданского права
Национального университета «Одесская юридическая академия»

Summary

The article is devoted to issues of protection of designers' rights and contention against copying in the United States fashion industry. The regulation and protection of designers' rights and fashion industry by Copyright Law is relevant and caused by increasing numbers of copied goods in USA and around the world. The viewpoints of supporters of legal regulation and protection fashion industry by Copyright Law are discussed. Arguments justifying non expediency of regulation and protection of fashion industry by Copyright Law are analyzed.

Key words: intellectual property law, copyright law, counterfeiting products, design protection and piracy prevention, piracy paradox.

Аннотация

Статья посвящена вопросам защиты прав дизайнеров и борьбой с копированием в отрасли индустрии моды в США. Регулирование прав дизайнеров и защиты объектов дизайна индустрии моды нормами авторского права является актуальным и обуславливается растущим количеством и скоростью, с которой копируются товары в США и во всем мире. Рассмотрены точки зрения сторонников регулирования и защиты объектов дизайна индустрии моды нормами авторского права. Проанализированы аргументы, обосновывающие нецелесообразность регулирования и защиты объектов дизайна индустрии моды нормами авторского права.

Ключевые слова: право интеллектуальной собственности, авторское право, контрафактная продукция, защита прав дизайнеров, парадокс пиратства.

Постановка проблемы. Оборот товаров в отрасли индустрии моды составляет примерно $ 250 млрд. в США и $ 700 млрд. по всему миру. Размер такого оборота свидетельствует о существенном социально-экономическом значении данной отрасли промышленности в мире. Развитие и процветание индустрии моды в значительной степени происходит благодаря творчеству и новым идеям модельеров и дизайнеров. Несмотря на существенное значение интеллектуальной собственности для создания и реализации товаров в отрасли индустрии моды, деятельность модельеров и дизайнеров не обеспечивается механизмом защиты авторских прав, которыми пользуются художники, писатели и музыканты в США. Такая ситуация обусловлена тем, что по закону США «Об авторском праве» одежда относится к такой категории, как «полезный товар», когда уникальные конструктивные особенности товара нельзя отделить от их функциональных возможностей, в связи с чем авторам объектов дизайна в отрасли индустрии моды не обеспечивается механизм защиты их прав данным законом.

Актуальность темы исследования обуславливается тем, что вопросы, возникающие вследствие копирования объектов дизайна в индустрии моды и защиты прав дизайнеров, не становились предметом исследований отечественных ученых.

Проблемам защиты прав дизайнеров в отрасли индустрии моды США посвящен ряд научных работ таких американских ученых, как: К. Ростэл, К. Спригман и других. Тем не менее, защита прав дизайнеров в отрасли индустрии моды не становилась предметом исследования отечественных ученых, в связи с чем привлекает интерес изучение опыта решения этого вопроса в США.

Целью и задачей статьи является исследование вопросов, касающихся копирования объектов дизайна в индустрии моды и защиты прав дизайнеров.

Изложение основного материала. Отсутствие действенного механизма защиты прав дизайнеров в области индустрии моды привело к возникновению сегмента «быстрой моды», когда такие компании, как Zara, Forever 21 и Urban Outfitters, производят копии товаров дорогих мировых брендов, которые появляются на рынке в течение нескольких недель с момента представления оригинала на подиумах мира без наступления для них каких-либо правовых последствий.

Одним из таких примеров можно привести толстовки, производимые компанией Urban Outfitters осенью 2010 года, которые выглядели невероятно похожими на толстовки, ранее представленные брендом Proenza Schouler. Единственное отличие заключается в том, что средняя стоимость товаров бренда Proenza Schouler составляют $ 1500, а стоимость Urban Outfitters – $ 48 [1]. Для тех, кто постоянно следит за новостями в отрасли индустрии моды, довольно легко прийти к выводу, что товары, производимые компаниями из более дешевого сегмента, выглядят идентично производимым мировым брендам.

Кристина Бинкли описывает в своей статье ситуации о том, как товары с этнической тематикой дизайнеров, не известных широкому кругу потребителей, становятся объектом копирования крупных компаний одежды, производятся из материалов низкого качества и продаются по низкой цене, что влияет на снижение спроса на оригинал [2].

Следует признать, что производители одежды находятся в постоянном поиске новых идей, которые можно было бы реализовать в массовом производстве товаров. Веб-сайты, каталоги и выставки, где новые дизайнеры представляют свои товары для прессы и розничных покупателей, являются одним из источников новых идей. По утверждению Майкла Хеймболда, партнера юридической фирмы Steptoe & Johnson, представлявшего в судах интересы клиентов, обвиненных в копировании, презентации и шоу новых коллекций зачастую посещают покупатели, исключительной целью которых является дальнейшее копирования представленных моделей и

воссоздание их в своем производстве. Отслеживание виновника, который копирует конструкцию, является достаточно сложным, потому что дизайнеры постоянно находятся в поиске новых источников для вдохновения и интерпретируют давно известные мотивы, такие как древние символы и военная тематика. Палантин с изображением хамсы (руки Фатимы) становится исключительным и особенным товаром не благодаря изображению на нем символа, а из-за сочетания таких свойств, как местоположение и размер символа, выбора цвета ткани, наличия таких деталей, как бахрома и кисти [2]. Зачастую товары являются настолько похожими, что определить крайне сложно, действительно ли один из них является копией другого товара или создан независимо от него.

В связи со сложившейся ситуацией, в США достаточно долгое время проводятся попытки введения правового регулирования прав дизайнеров и обеспечения защиты их прав, согласно норм авторского права.

Одной из попыток объединить дизайнеров в борьбе с нарушителями прав интеллектуальной собственности в США была договоренность о создании в 1930 году частной организации Гильдии создателей моды, которая объединила американских дизайнеров и принудила около 12 000 магазинов и универмагов, которые были членами Гильдии, не продавать копии по стране. Если розничный продавец продавал товар, нарушающий права интеллектуальной собственности, то он получал «красную карточку», и это сигнализировало для других производителей о его бойкоте, а именно запрете на заключение с ним каких-либо сделок.

Гильдия создателей моды просуществовала в течение нескольких лет, прежде чем начала сталкиваться с внутренними конфликтами, обвинениями в нарушении антимонопольного законодательства, и после ряда судебных процессов в 1941 году прекратила свою деятельность.

После прекращения существования, бывший глава Гильдии М. Рентнер начал лоббировать в Конгрессе США законопроекты, расширяющие действие норм авторского права на объекты дизайна в отрасли индустрии моды, заявляя, что неспособность обеспечить такую защиту приводит к тому, что копирование причиняет значительные убытки данной отрасли промышленности [3].

Тем не менее, усилия М. Рентнера были возрождены в 2006 году конгрессменом Б. Гудлейтом, который внес в Конгресс США законопроект «О предотвращении копирования конструкций (дизайна)». Прогнозы М. Рентера относительно потери рабочих мест из-за копирования (он предусматривал потери 500 000 рабочих мест ежегодно), были обновлены Б. Гудлейтом, и по его расчетам уже составили 750 000 рабочих мест ежегодно. Однако законопроект не был принят.

Последней законодательной инициативой по обеспечению защиты прав дизайнеров и предотвращению пиратства стал представленный в сенате США сенатором Ч. Шумером законопроект «О защите инновационного дизайна и предотвращения пиратства», принятие которого поддерживается такими торговыми организациями США, как Американская ассоциация одежды и обуви и совет модных дизайнеров Америки, которые наряду с многочисленными учеными утверждают, что нашли консенсус по вопросу правового регулирования прав дизайнеров и инновационного дизайна.

Данным законопроектом предлагается предусмотреть понятие дизайна одежды, как общего вида товара, который включает орнамент и оригинальные элементы, расположения элементов, если эти элементы являются результатом собственных творческих стремлений дизайнера и внедряют уникальный, яркий, нетривиальный, не утилитарный вариант по сравнению с предыдущими конструкциями схожих типов товаров. Следует отметить, что для того, чтобы дизайн одежды получил защиту в соответствии с законопроектом, он должен быть представлен общественности публично, после чего не требуется регистрации. Законопроект рассматривает под определением дизайна одежды широкий круг товаров, от собственно одежды, в том числе сумок, кошельков и оправы для очков. Обеспечение защиты авторских оригинальных моделей дизайна предлагается в течение трех лет и не распространяется на товары, которые находятся в государственной собственности. Следовательно, порог для признания дизайна товаров уникальным достаточно высок для обеспечения защиты прав, согласно законопроекту [3].

В соответствии с положениями законопроекта, истец, который заявляет о нарушении своих прав, должен доказать, что разработанный им дизайн одежды обеспечивает уникальный, яркий, нетривиальный и не утилитарный вариант, по сравнению с предыдущими конструкциями, и был скопирован ответчиком без его согласия, является «в сущности идентичным» оригиналу, может быть ошибочно принят потребителями за защищенный оригинал, привести факты и обстоятельства, указывающие, что ответчик мог увидеть или иным образом получить сведения о защищенном дизайне [4].

Ответчика признают виновным, если будет установлено, что его товар существенно идентичен общему внешнему виду и элементам защищенного оригинального дизайна, и настолько похож визуально, что, вероятно, может быть ошибочно принят за защищенный оригинальный дизайн, а копия будет содержать тривиальные не существенные различия в элементах дизайна. Согласно законопроекту «О защите инновационного дизайна и предотвращения пиратства» допускается создание товаров, которые являются результатом независимого творчества, или в единичном количестве для непосредственного личного использования создателем или членами его семьи [4]. Для признания товаров идентичными не требуется наличие в скопированном объекте конкретного цвета, комбинации цветов, графического изображения, который повторял бы изображение на оригинальном товаре.

Следует признать, что принятие законопроекта станет значительным достижением для компаний, лоббирующих в течение длительного времени защиту прав дизайнеров в отрасли индустрии моды и инновационного дизайна США.

Сторонники принятия законопроекта «О защите инновационного дизайна и предотвращения пиратства» утверждают, что он призван устранить экземпляры прямого копирования и защитить права дизайнеров, создающих оригинальные новые объекты, и никоим образом негативно не отразиться на

деятельности независимых молодых дизайнеров, которые смогут продолжать производить оригинальные и инновационные объекты дизайна.

Принятие законопроекта должно повлиять на деятельность компаний, копирующих дизайн с товаров мировых брендов, и такая деятельность должна стать незаконной в США. Так, незаконным должно стать производство одежды массовых брендов, производящих по более низкой цене и качеству копии одежды дорогих брендов, как, например, это осуществляет в настоящее время компания АБС Аллен Шварц, копируя платья Веры Вон. Подобное копирования станет основанием для обращения в суд за защитой нарушенных прав [1].

Вместе с тем, принятие законопроекта не исключает возможности создавать одежду в домашних условиях, делать копии желаемых товаров для личного пользования без опасения быть обвиненным в нарушении закона.

Также можно с уверенностью утверждать, что принятие законопроекта приведет к повышению издержек производства в индустрии моды, которые будут нести потребители в виде бремени более высоких цен [1].

Тем не менее, позиция, относительно целесообразности правового регулирования прав дизайнеров и обеспечения защиты их прав согласно норм авторского права, не является общепринятой, и выдвигаются позиции, что индустрия моды не нуждается в правовом регулировании, а копирование не только не составляет опасности для индустрии, а является «естественным следствием моды»

Контраргументы относительно необходимости принятия законопроекта приводятся профессорами К. Ростэлом и К. Спригманом, которые рассматривают в своих статьях феномен «последователей красной дорожки», а именно компании, которые рекламируют свои товары, как средство обеспечения «бюджетного шика», и быстро производят копии яркой и недорогой одежды, надетой на церемонии и представленной на шоу. Такая практика в соответствии с ныне действующим законодательством США является законной [3].

По определению профессоров, копирование в индустрии моды имеет скрытые преимущества. Производству товаров в данной отрасли свойственен непрерывный цикл, в котором тенденции сменяют друг друга. Свободное копирование модных или примечательных товаров приводит к насыщению рынка актуальной тенденцией, сигнализирующий потребителям о необходимости приобрести более актуальный новый товар, который позволит потребителю стать более уникальным, что соответственно вызывает еще более быструю смену тенденции.

Уникальный эффект копирования выражается в том, что большее производство товара определенного дизайна создает больший спрос на товар с новым неповторимым дизайном, так как вновь произведенный аналогичный товар теряет свою актуальность. Итогом являются увеличение роста продаж товаров.

Эффект копирования в индустрии моды, по мнению профессоров, заключается в том, что копирование приводит к росту спроса на новые модные конструкций, так как старые конструкции уже были скопированы и перестают быть уникальными, что в итоге приводит к росту объемов продаж товаров. Профессоры К. Ростэл и К. Спригман называют такой удивительный эффект «парадоксом пиратства» [5].

По определению профессоров, парадокс пиратства объясняет, почему мода осталась в стороне и, так сказать, оказалась под иммунитетом от устойчивого усиления защиты прав интеллектуальной собственности. В течение последних 50 лет существовала постоянная тенденция к усилению защиты прав интеллектуальной собственности, которая осуществлялась правительствами большинства государств в мире. Отрасль модной индустрии оставалась все это время в стороне от данной тенденции.

По мнению профессоров К. Ростэлом и К. Спригманом, законопроекты, которые призваны обеспечить защиту прав дизайнеров в индустрии моды, являются ненужными и неразумными. Так, именно благодаря свободному и неограниченному копированию американская индустрия моды процветает последние 70 лет. Тем не менее, дизайнеры, чьи товары копируются, недовольны подобной ситуацией и поддерживают принятие законопроекта, указывая на скорость, с которой компании – «последователи красной дорожки», как Forever 21 Faviana и ZARA, копирую их объекты дизайна. Но в то время, как отдельные случаи причинения вреда копированием, безусловно, существуют, без предъявления четких и аргументированных доказательств систематического нанесения вреда копированием модных конструкций обеспечить защиту в судебном порядке по законопроекту не представляется возможным [3].

Расширение действия норм авторского права на объекты дизайна в индустрии моды, по мнению оппонентов, приведет к тому, что дизайнеры начнут борьбу за установление того, кто первый представил объект дизайна или тенденцию. Кроме того, затраты на представление интересов в суде являются значительными для компаний, которые могут обратиться к адвокатам, а для молодых дизайнеров затраты на судебные издержки и представительство в суде вообще будет непосильным и даже фатальными. К тому же, в отрасли, где все идеи уже реализованы, создание монополии модного дизайна приведет к значительному количеству судебных исков.

Следующий аргумент против правового регулирования прав дизайнеров и обеспечения защиты их прав согласно норм авторского права заключается в том, что потребители получают существенные преимущества от свободного копирования в индустрии моды. Благодаря копированию последние тенденции становятся доступными для всех слоев населения, а потому копирования играет существенную роль в демократизации индустрии моды.

По мнению профессоров К. Ростэла и К. Спригмана, в индустрии моды не существует недостатка инноваций, а тысячи дизайнеров в своих студиях заняты созданием новых товаров и проектов, копированием и интерпретацией друг друга, и это является естественным свойством индустрии моды.

Можно отметить, что копирование действительно имеет пользу, тем не менее, дизайнер, чья одежда копируется, несет значительные расходы из-за копирования его идей и моделей в виде потерянных доходов, в то же время другие бренды, которые его копируют, получают преимущества в виде дохо-

дов, именно это обстоятельство и ведет к попыткам внести изменения в законодательство США об авторском праве в целях обеспечения защиты прав дизайнеров.

Относительно формулировок и недостатков законопроекта «О защите инновационного дизайна и предотвращения пиратства», то по утверждению американских ученых, только по истечении времени можно будет определить, действительно ли принятие законопроекта сможет обеспечить защиту прав дизайнеров, повысить уровень инновационного дизайна или же наоборот, станет сдерживающим фактором для проявления творчества в отрасли.

Вывод. Учитывая вышеизложенное, следует отметить, что вопрос правового регулирования прав дизайнеров в индустрии моды и обеспечения защиты их прав согласно норм авторского права в США вызывает ряд вопросов и нерешенных разногласий, что вызывает необходимость проведения дальнейших исследований и анализа аспектов в данной сфере.

Список использованной литературы:

1. The IDPPPA – Is The Third Time A Charm? Columbia Business Law Review [Електронний ресурс] – Режим доступу : http://cblr.columbia.edu/archives/11357.

2. Binkley C. The Problem With Being a Trendsetter. [Електронний ресурс] – Режим доступу : http://online.wsj.com/.

3. Raustiala K. Should Fashion be Protected by Copyright Laws? Kal Raustiala, Chris Sprigman. [Електронний ресурс] – Режим доступу : http://freakonomics.com/2010/03/12/should-fashion-be-protected-by-copyright-laws-a-guest-post/.

4. 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.

5. Raustiala K. The Piracy Paradox : Innovation and Intellectual Property in Fashion Design. Kal Raustiala, Chris Sprigman. [Електронний ресурс] – Режим доступу : https://www.law.virginia.edu/.

АЛЬТРУИЗМ В ПРАВОВОЙ КУЛЬТУРЕ

Александр ФЕЛЬДМАН,
кандидат философских наук, докторант кафедры философии
Харьковского национального педагогического
университета имени Г.С. Сковороды

Summary

In the article altruism is examined as humanistic and social and value of legal culture. It is underlined that altruism which is a part of man's nature and constituent of his practices, serves as a kind of ideal in modern society, is a guideline for a legislation and social practice of the states. In the field of rights altruism assists the processes of integration of social groups and individuals, regulation of social relations, appearance of new humanistic oriented forms of public relations. In the article mechanism of regulation of legal relationships, thoughts and conducts of society members, is analysed on basis of „creative altruism" Sorokin's theory. On the basis of religious and anthropological approach altruistice senses of judaic understanding of rights are emphasized.

Key words: legal culture, altruism, society, personality, natural right, value, humanism, cultural variety.

Аннотация

В статье альтруизм рассматривается, как гуманистическая и социальная ценность правовой культуры. Альтруизм, который является частью природы человека и составляющей его практик, в современном обществе служит своего рода идеалом, является ориентиром для законодательства и социальной практики государств. В сфере права альтруизм способствует процессам интеграции социальных групп и индивидов, регуляции социальных отношений, появлению новых гуманистически ориентированных форм социальных отношений. В статье механизм регуляции правоотношений, мышления и поведения членов социума проанализирован на основе теории «созидательного альтруизма» (creative altruism) П. Сорокина. На основе религиозно-антропологического подхода акцентируются альтруистические смыслы иудейского права.

Ключевые слова: правовая культура, альтруизм, общество, личность, природное право, ценность, гуманизм, культурное многообразие.

Постановка проблемы. Построение правового государства, гражданского общества и появление национальных правовых систем напрямую связаны с альтруизмом, как исходным этическим принципом права. Правовая культура представляет собой социальное явление, качественно характеризующее сознание как отдельной личности, социальных групп, так и общества в целом. На процесс развития права, который отражает сложную динамику общественного развития, оказывали влияние альтруистически ориентированные практики.

Актуальность темы. Правовая культура отображает реально существующее общество во всем его конкретном культурном многообразии. Современная переориентация содержания права на сохранение национально-культурной идентичности, гуманистический аспект нуждается в новой мировоззренческой парадигме. Государственное право должно учитывать природные законы жизни людей и ориентироваться на гуманистическое содержание их практик. Поэтому на сегодняшний день можно считать закономерным то внимание, которое следует уделить альтруизму как в личностном, внутригосударственном масштабе, так и в перспективе мирового сообщества.

В последнее время происходит ориентация философско-правовой науки на изучение антропних свойств права и государства. Мощный импульс подобным антропологическим исследованиям был дан проведением в августе 1997 года в Москве на базе Института этнологии и антропологии XI Международного конгресса по естественному праву и правовому плюрализму международного союза антропологических и этнологических наук [1]. Антропологизация происходит и в современной украинской философии и общей теории права. В условиях становления и развития национального правового государства, реформирования формы правления в Украине работы А. Гетьмана, Д. Гудимы, Ю. Калиновского, В. Костицкого, А. Святоцкого, П. Рабиновича и других ученых способствова-