

ОБ'ЄКТИ АВТОРСЬКОГО ПРАВА У ЗОВНІШНІЙ РЕКЛАМІ

Зі стрімким розвитком промисловості та створенням нових виробничих машин і технологій з'явилася можливість виготовлення великої кількості однорідної продукції різних фірм-виробників. І одним із найпоширеніших варіантів зарекомендувати себе на ринку є проведення вдалої рекламної компанії, яка буде виконувати ряд важливих завдань: інформування, нагадування, підтримка іміджу, утримання покупців тощо. Реклама – відкрите сповіщення потенційних покупців/споживачів товарів та послуг про їх якість, переваги та здобутки фірми [1]. При виборі способу доведення до споживачів інформації стосовно товару та послуг рекламодавці опираються на цільову аудиторію, територію поширення реклами, стадію життєвого циклу товару, що рекламується, та вартість рекламного продукту. Зовнішня реклама є відносно дешевою та розрахована на широке коло споживачів. Вона може бути статичною, наприклад, розміщатися на будинках, стендах, вивісках, у вигляді розтяжок тощо, та динамічною – реклама на і в громадському транспорті, люди-сендвічі та інші.

При створенні рекламного продукту виробники часто використовують відомі об'єкти авторського права, щоб привернути увагу відповідної цільової аудиторії. Однак, варто пам'ятати, що використання об'єктів авторського права без згоди правовласника є порушенням права інтелектуальної власності. Згідно ст. 441 Цивільного Кодексу України [2] використанням твору є: опублікування, випуск; відтворення будь-яким способом; переклад; переробка, адаптація; публічне виконання; використання складовою частиною іншого твору; експорт, імпорт тощо. А виключне майнове право згідно ст. 15 Закону України «Про авторське та суміжне право» [3] - це виключне право на дозвіл або заборону використання твору іншими особами. Отже будь-яке використання

об'єкта, який охороняється авторським правом, можливо лише з дозволу правовласника.

Автору дослідження часто зустрічаються порушення авторського права у зовнішній рекламі. Наприклад, у поїздах та станціях харківського метрополітену розміщено рекламу доволі відомого таксі у місті, де використано кадр з фільму «Діамантова рука»: герой Анатолія Папанова у формі таксиста ніби говорить його коронний вислів: «Кто заказывал такси до...?». Аудіовізуальний твір являється об'єктом авторського права, створений на кіностудії «Мосфільм» творчим об'єднанням «Луч», правонаступником и теперішнім правовласником якого зараз являється ФГУП «Киноконцерн «Мосфільм»». Законодавством Росії [4] та України [3] в сфері авторського права визначено строк дії майнових прав на об'єкти авторського права (аудіовізуальний твір) 70 років з дати прим'єрного показу об'єкту. Оскільки показ кінострічки «Діамантова рука» відбувся 28 квітня 1969 року [5], то даний об'єкт стане суспільним надбанням з вільним використанням об'єктом лише у 2039 році. Доки діють майнові права на твір, при використанні всього об'єкту або його частин необхідно отримати дозвіл правовласника, інакше це буде порушенням права інтелектуальної власності, яке тягне за собою цивільну або кримінальну відповідальність.

Список літератури:

1. Б. А. Райзберг, Л. Ш. Лозовский, Е. Б. Стародубцева. Современный экономический словарь 2-е изд. Москва ИНФРА-М 1999.
2. Цивільний кодекс України / Уклад. О. Руденко. – Х.: Фактор, 2003. – 472 с.
3. Закон України «Про авторське та суміжне право», від 23.12.1993, 3792-ХІІ.
4. Закон РФ от 09.07.1993 N 5351-1 (ред. от 20.07.2004) «Об авторском праве и смежных правах».
5. Вікіпедія «Діамантова рука». [електронний ресурс], режим доступу <https://ru.wikipedia.org/wiki/>.