

С. С. САВИЧ

Сергій Святославович Савич, аспірант Волинського національного університету імені Лесі Українки

ГРАФІЧНЕ ПРЕДСТАВЛЕННЯ ТОРГОВЕЛЬНОЇ МАРКИ ЯК ВИМОГА ПРАВА ЄС ТА ЇЇ ВКЛЮЧЕННЯ ДО НАЦІОНАЛЬНОГО ЗАКОНОДАВСТВА (НА ПРИКЛАДІ РЕСПУБЛІКИ ПОЛЬЩА)

Україна ставить собі за стратегічну мету вступ до Європейського Союзу (ЄС), що передбачає тривалий і складний процес адаптації тих чи інших сфер правового життя до вимог Співтовариства. Одним з предметів посиленої уваги законодавця ЄС було і залишається питання охорони торговельних марок. Гармонізація норм ЄС з правом України у цьому питанні не може відбуватись без вивчення досвіду країн, які цей шлях успішно подолали й активно включились у сферу дії європейського права. Як слушно зауважував академік Ю. С. Шемшученко, питання про гармонізацію тісно пов'язане з проблемою порівняльного вивчення правового досвіду різних країн. Цей досвід необхідний, аби розумно скористатись ним при роботі над національним законодавством. Передумовами для його використання є історична, географічна, природна, культурна й економічна близькість відповідних країн¹.

Прикладом країни, що більшою мірою відповідає означеним критеріями, можна вважати для нас Республіку Польща.

Праву ЄС характерний доволі жорсткий підхід у встановленні вимог, яким має відповідати торговельна марка, що претендує на одержання правової охорони. Серед них особливе місце посідає вимога представлення торговельної марки у графічній формі.

Актуальність вивчення цієї загальноєвропейської вимоги щодо торговельних марок для України пояснюється бажанням нашої держави адаптувати своє законодавство до вимог ЄС. Про необхідність введення до українського законодавства вимоги графічного представлення торговельної марки зазначають деякі фахівці у сфері інтелектуальної власності². В огляді стану адаптації законодавства України до *acquis communautaire* Державним департаментом з питань адаптації законодавства Міністерства юстиції України від 2007 р. зазначалось, що: доцільним було б розглянути можливість звуження законодавства України щодо представлення торговельної марки лише у графічній формі, як це прийнято в ЄС³. Сьогодні ця рекомендація, на жаль, залишається не врахованою.

Доводиться констатувати, що у вітчизняній літературі це питання обійшли увагою. Відсутні визначення графічного представлення, перелік функцій, які виконує ця вимога, а також огляд загальноєвропейської практики реалізації цієї вимоги, що конче необхідно у процесі адаптації нашого законодавства про торговельні марки до європейських стандартів, адже запровадження вимог «всліпу» далеко не найкращий спосіб роботи над національним правом.

Мета даної статті – охарактеризувати місце, роль та значення вимоги графічного представлення торговельної марки у системі передумов надання правової охорони торговельній марці, особливості її включення до національного законодавства на прикладі Республіки Польща – члена ЄС.

У польській літературі після адаптації законодавства країни до вимог ЄС графічне представлення товарного знаку* прийнято відносити до однієї з умов наявності у нього *здатності розрізнення*.

Поняття «здатність розрізнення» (*zdolność odróżniania*) товарного знаку в польській юридичній науці було вироблено ще до вступу країни в ЄС, воно виділялось поряд з іншою умовою охороноздатності товарного знаку – розрізняльною здатністю (*zdolność odróżniająca*). Порівнюючи їх, у літературі зазначалося, що здатність розрізнення є абстрактною властивістю знаку відносно всіх товарів, розрізняльна здатність має конкретний характер і стосується конкретних товарів⁴. Здатність розрізнення, на відміну від останньої, – це не можливість розрізнити конкретні товари, а вимога до позначення, взятого окремо від товару чи послуги, знаку як такого.

Однак у судовій практиці термін «здатність розрізнення» не прижився. Його називають абстрактною розрізняльною здатністю, а власне розрізняльну здатність – конкретною.

В одному з рішень Вищого адміністративного суду, що базувалось на нині вже не чинному Законі про товарні знаки Республіки Польща вказувалось, що абстрактна розрізняльна здатність *впливає із самого визначення товарного знаку* (курсив – авт.), яке наведено в арт. 4 згаданого нормативного акта. Вона має загальний характер і визначає, чи може позначення як таке бути товарним знаком. Натомість уже конкретну розрізняльну здатність зазначено у переліку умов реєстрації товарного знаку в арт. 7 згаданого закону⁵. Ця термінологія використовується польськими судами і понині.

© С. С. Савич, 2011

* Товарний знак (*znak towarowy*) – так у польському законодавстві називають об'єкт права інтелектуальної власності, що відповідає українському «торговельна марка» (знак для товарів і послуг).

Отже, здатність розрізнення хоч і була фактичною передумовою набуття права на товарний знак, однак у переліку цих передумов, передбачених арт. 7 не зазначалась. Науковці та практики виводили її з визначення товарного знаку, яке містив закон. Ситуація змінилась лише після прийняття нового закону про право промислової власності – *ustawa Prawo własności przemysłowej* (далі – *p.w.p.*) від 30 червня 2000 р. Адаптуючи національне законодавство до вимог Директиви ЄС про торговельні марки 89/104/ЄЕС, польський законодавець ввів передбачену ст. 3 (ч. 1 п. а) Директиви вимогу про неможливість реєстрації позначень, що не можуть бути товарними знаками, у новому законі. У результаті артикул 129 *p.w.p.* було викладено в такій редакції:

Охоронне право не надається позначенням, які:

- 1) не можуть бути товарним знаком;*
- 2) не мають достатньої розрізняльної здатності.*

Пункт 1 власне і є умовою наявності у знака здатності розрізнення, яку в науці прийнято розглядати як відповідність позначення трьом вимогам: графічного представлення, його однозначності та самостійності⁶. Слід зазначити, що дві останні вимоги випрацьовані виключно науковцями та практиками, виведені із *p.w.p.* на основі аналізу його норм, натомість вимога графічного представлення прямо передбачена у тексті закону.

В арт. 120, п. 1. *p.w.p.* зазначено: «*товарним знаком може бути будь-яке позначення, яке можна представити в графічний спосіб ...*», що в основному відповідає положенням ст. 2 Директиви.

Таким чином, наявність графічного представлення є умовою того, аби заявлене позначення визнавалось органом реєстрації як товарний знак і як наслідок одержувало правову охорону. У разі її невиконання Патентне відомство Республіки Польща відмовляє товарному знаку у наданні правової охорони на підставі процитованого вище п. 1. арт. 129 *p.w.p.*

Традиційно в європейській юридичній доктрині графічне представлення торговельної марки розумілось як її здатність передаватись на письмі чи бути накресленою⁷.

Таку вимогу можна пояснити необхідністю чіткого визначення, що саме за позначення подається на реєстрацію для встановлення меж надаваного йому виключного права. Щоб визначити, чи відповідає торговельна марка критеріями охороноздатності, її слід для початку чітко осягнути. Торговельні марки, які не можуть осягатись візуально, а це насамперед звукові та запахові, практика реєстрації яких в країнах ЄС набирає обертів, сприймаються за допомогою інших аналізаторів – слуху та нюху, які, на відміну від зору, не можуть з належною точністю їх оцінити. Коли, наприклад, виникає необхідність визначити ідентичність чи подібність поданого до Патентного відомства позначення у вигляді запаху до раніше зареєстрованого, зробити це за допомогою нюху буде непростим завданням. У разі словесно-зображувальних торговельних марок можна встановити домінуючий елемент позначення, як це зробити стосовно запахів – незрозуміло. Наявність же чіткого опису, передача у графічній формі таку проблему усуває.

Наведена в тексті судова практика органів ЄС дані тези повністю підтверджує.

Графічне представлення є нічим іншим, як «схемою», «кресленням» торговельної марки, що подається до органу реєстрації, натомість до споживачів товарів і послуг вона надходить уже «готовим продуктом» – запахом чи звуком.

У зв'язку з цим, для уникнення в подальшому неточностей, варто звернути увагу на співвідношення термінів графічних «представлення» та «вираження». У деяких літературних джерелах є ще й термін «графічне відтворення»⁸.

В англомовному варіанті Директиви вживається словосполучення «*represented graphically trade mark*», тобто очевидним є, що йдеться саме про представлення. Слова «відтворення» та «вираження» мають дещо інше смислове навантаження. «Представляти» – означає показувати, зображувати що-небудь перед кимось (у даному разі у графічній формі), натомість «виразити» означає передавати, висловлювати щось. «Відтворювати» розуміється як створювати, повторювати, передавати що-небудь з максимальною точністю⁹. Ключовим моментом тут є саме подання позначення у графічній формі перед кимось, у даному разі перед органом, що здійснює реєстрацію торговельної марки, адже йдеться про вимогу.

Варто зазначити, що у попередній редакції *p.w.p.* зазначено, що товарним знаком є позначення, *яке можна виразити або представити в графічній формі*. Унаслідок законодавчих змін слово «виразити» було вилучене¹⁰, що стало, вочевидь, цілком логічним кроком польського законодавця. Якщо говорити про графічне вираження товарного знаку як про вимогу, то саме існування словесно-графічних знаків, їх нанесення на товар цю вимогу вже автоматично виконувало би, що є абсурдним. Вони, як і звукові та запахові торговельні марки, мають бути саме представлені у Патентне відомство у графічній формі. Саме тоді це буде розумітись як логічна вимога.

Оскільки вимога графічного представлення є включеною до польського законодавства нормою Директиви ЄС про торговельні марки, це питання неможливо розглянути у відриві від практики органів ЄС з її тлумачення та застосування.

Як слушно зауважував Стівен Ладас, запровадження вимог міжнародного акта права на національний ґрунт не має обмежуватись лише юридичним текстом, що містить правові норми та процедуру їх застосування, а має обов'язково супроводжуватись також рішеннями судів, адміністративних органів, які тлумачать та застосовують цей текст, а також догматикою – філософськими, політичними ідеями, на яких ґрунтується прийняття тексту міжнародного документа. Тільки сукупність цих умов втілить у життя акт, зробить його таким, яким він є, не допустить перетворення на щось ілюзорне¹¹. Зрозуміло, що «сліпе» впровадження до

національного законодавства вимог Директиви про товарні знаки без наявності практики, в першу чергу судової, його застосування, вводило би національні правозастосовні органи в непросте становище, зрештою могло би поставити під сумнів його уніфікуючий характер та і сам процес гармонізації законодавства країн – членів ЄС був би під сумнівом. Вирішенням стало створення судових органів Співтовариства, зокрема Європейського суду справедливості (далі – ЄСС), на який покладено завдання уніфікації судової практики національних судів країн-членів щодо вимог Директиви про торговельні марки, адаптованих до національних законодавств. Суди країн – членів ЄС можуть звертатися за роз'ясненнями з питань тлумачення права ЄС до ЄСС. Як зазначає К. Вуйтович, після вступу до ЄС його правовий режим стає складовою частиною національного режиму країн-членів. Внаслідок приєднання, первинне і вторинне право ЄС стає національним правом, зберігаючи, однак, при цьому певну автономію, що виявляється в можливості органів ЄС контролювати правильність і однозначність його застосування. Цей контроль виявляється в першу чергу в функціях ЄСС, який за зверненнями національних судів, що мають сумніви у розумінні тих чи інших правових норм Співтовариства, може давати їх тлумачення¹².

Норми Директиви, зокрема про графічне представлення торговельної марки, які були включені у польське законодавство, незважаючи на цей факт, зберігають свою автономію, і їх тлумачення ЄСС для Польщі після вступу країни до ЄС стали відігравати важливу роль у її правовій системі. Їх урахування стало обов'язковим у практиці судів та адміністративних органів, роль рішень ЄСС прирівнюють до ролі рішень Верховного Суду Республіки Польща¹³.

Своєрідним антологічним для розуміння вимоги графічного представлення є рішення ЄСС у справі «Sieckmann» (за зверненням з проханням тлумачення німецького суду, який розглядав скаргу на відмову у реєстрації торговельної марки патентним відомством Німеччини). Воно вплинуло на всю подальшу практику суду ЄС у цьому питанні, а також національних судів країн – членів ЄС, у тому числі й Польщі. Ним вироблено основні критерії вимоги до графічного представлення, які в подальшому ставились до всіх поданих на реєстрацію товарних знаків.

Справа стосувалась запахового товарного знаку. У заявці на реєстрацію до німецького патентного відомства вимогу графічного представлення було виконано поданням письмового опису, в якому заявлений запах описано як «бальзамічно-фруктовий з делікатною нотою цинамону». До справи долучався інший графічний опис запису – уже не за допомогою слів, а у вигляді хімічної формули. Поряд з цим до заявки було долучено ще й корок з цим запахом у відповідному контейнері.

Незважаючи на таку кількість варіантів представлення позначення, ЄСС не вважав, що воно достатнім чином індивідуалізоване, визначене як таке. Було зазначено, що графічне представлення мусить бути самодостатнім, легкодоступним та зрозумілим, щоб повною мірою визначити предмет охорони, а ці вимоги заявником не були виконані. Опис запаху визнано недостатнім у зв'язку з тим, що як вважав ЄСС, заявник мав би пояснити, що значить «бальзамічний» запах, а що «фруктовий», що таке «делікатна нота цинамону». Суд при цьому зауважив, що навіть наявність детального опису не змінило би суті справи, адже він все одно не був би чітким і ніхто без сумніву не визначив би, про який конкретно запах йдеться.

Хімічна формула представляє не сам запах, а субстанцію, речовину як таку, окрім того, є незначна кількість осіб, в яких запис елементів формули може викликати асоціації з запахом, який вони у своєму поєднанні створюють. Запах у контейнері є нестійким та нетривалим, що також становить перешкоду для реєстрації.

Резюмуючи, суд виділив два чіткі критерії, які мають бути наявними при графічному представленні торговельної марки: по-перше, має бути чітко, зрозуміло та конкретно визначено об'єкт, на володіння яким надається виключне право, по-друге, це графічне представлення має бути доступним для сприйняття особами, що зацікавлені в ознайомленні з реєстром торговельних марок, іншими словами для підприємців та споживачів¹⁴.

На тлі такого досить жорсткого тлумачення вимоги графічного представлення товарного знаку у вигляді запаху судом, інший орган Співтовариства – Офіс гармонізації внутрішнього ринку ЄС – орган, що займається реєстрацією торговельних марок Співтовариства і створює практику у цьому питанні, реєструючи торговельну марку ЄС у вигляді запаху свіжоскошеної трави, визнав її графічне представлення виконаним. На думку Офісу, однойменний опис запаху є достатнім, адже кожен може розпізнати його на підставі свого життєвого досвіду¹⁵.

Оскільки цей запах є природним, який кожного літа оточує нас, зрозумілість викладу графічного опису не піддається сумніву, адже практично кожен може пам'ятати, як пахне свіжоскошена трава.

Для звукових товарних знаків вимога графічного представлення не є такою складною перешкодою, як для запахових. Для їх графічного представлення загальноєвропейська практика визнала достатнім наявність нотного запису. Звукові знаки є відносно популярною категорією товарних знаків і патентні відомства країн – членів ЄС вимогу графічного представлення цих знаків розуміють як подання зрозумілого нотного запису.

Однак ця вимога залишається нездоланною перешкодою для деяких звукових торговельних марок, представлення яких у вигляді нотного запису є неможливим.

Так, той самий Офіс гармонізації внутрішнього ринку ЄС у 1998 р. відмовив у реєстрації товарного знаку – звуку кліку комп'ютерної мишки, поданого у формі письмового опису а також транскрипції за допомогою міжнародного фонетичного алфавіту. Було зазначено, що опис та транскрипція є недостатніми для конкретної передачі звуку¹⁶.

Відомою є справа «Shield Mark», розглянута ЄСС, де Суд вказав на неможливість реєстрації звукової торговельної марки у вигляді фрагменту твору Бетховена «Für Elise», поданого у формі запису секвенції нот у формі літер, а не на нотному стані, без будь-яких інших записів, таким чином: «mi, dis, mi, dis, mi, si, re, do, la», а також співу півня, що був записаний у вигляді ономації: «Kukelekuuuuu». Запис у вигляді буквеного запису нот суд визнав таким, що не є достатньо однозначним, зрозумілим та самостійним. Такий запис не дає змоги відобразити тривалість окремих звуків, пауз чи інструментів. Достатнім графічним представленням суд визнав лише запис мелодії на нотному стані за допомогою нот. Так само визнано неоднозначним, позбавленим зрозумілості та об'єктивності запис співу півня за допомогою ономації. Ономація не є в достатній мірі однозначною, містить небагато даних про звук, створює передумови для різних інтерпретацій мелодії.

Врешті, резюмуючи, Суд повторив уже давно існуюче і складне для виконання розуміння графічного представлення торговельної марки – позначення, яке не можна досягнути візуально, може бути торговельною маркою за умови його представлення в графічній формі, зокрема за допомогою фігур, ліній чи письмових знаків¹⁷.

Така жорсткість вимог змусила європейських законодавців та практиків вдатися до пошуків більш ліберальної моделі вимог до графічного представлення торговельних марок, що зрештою зумовило внесення змін до Розпорядження Комісії ЄС № 1041 (2005) у справі товарного знаку Європейського співтовариства, за яким подання на реєстрацію звукових товарних знаків полегшується через можливість їх графічного представлення в електронній формі за умови відповідності позначення вимогам *зрозумілості, конкретності, повноти, легкодоступності, розбірливості, стійкості та об'єктивності*. Зазначається, що під електронною формою може розумітись виконання вимоги графічного представлення у вигляді долученого до заявки аудіофайлу із записаним звуком, який публікується в електронній базі товарних знаків¹⁸.

Цей нормативний акт ЄС спонукав і польського законодавця гармонізувати норми свого національного законодавства відповідно до нових європейських стандартів у цьому питанні. Через два роки, 29 червня 2007 р., в арт. 141 *р.и.р.* внесено зміни, відповідно до яких «заявка на знак, представлений або виражений у графічній формі має включати в себе зображення чи фотознімок, що представляє або виражає знак. Заявка на звуковий товарний знак має супроводжуватись долученим виконанням цього звуку на інформаційному носії даних»¹⁹.

Таким чином, вимога графічного представлення все ще залишається досить складною для виконання у країнах ЄС. Але тенденція використання технічних засобів при виконанні вимоги графічного представлення уже намітилась. Наявні технічні можливості сучасності дають змогу представити з дотриманням усіх вимог графічного зображення зокрема і найскладніші в даному контексті види товарних знаків – запахові. Застосування хроматографу, аналіз за допомогою так званого «електронного носу» – всі ці досягнення ще можуть бути використані патентними відомствами країн – членів ЄС при визначенні виконання критеріїв графічного представлення торговельних марок.

Україна, керуючись рекомендаціями ЄС, розширила перелік позначень, які можуть бути зареєстровані як знаки для товарів та послуг (торговельні марки). Видаються свідоцтва на звукові торговельні марки²⁰. Це вимагає включення в українське національне законодавство норми про графічне представлення. Незважаючи на те, що йдеться про певне звуження можливостей реєстрації нових позначень, існування такої вимоги себе виправдовує і пояснюється в першу чергу потенційним захистом прав інтелектуальної власності володільців відповідних марок. Правильне розуміння вимоги графічного представлення вимагає чіткого його визначення в літературі, яке, на наш погляд, можна сформулювати таким чином:

Графічне представлення торговельної марки – це вимога до поданої на реєстрацію торговельної марки, що являє собою необхідність її передачі письмово або в електронний спосіб на умовах зрозумілості, конкретності, повноти, легкодоступності, розбірливості, стійкості та об'єктивності такого представлення з метою визначення меж виключного права заявника позначення і для забезпечення охорони прав та інтересів інших осіб, які зареєстрували або бажають зареєструвати свої торговельні марки.

¹ Шемшученко Ю. Теоретичні проблеми гармонізації законодавства України з європейським правом // Вісник Академії правових наук. – 2004. – Вип. 3 (38) – С. 111–112.

² Кожарська І. Охорона знаків для товарів і послуг в Європейському Співтоваристві // Інтелектуальна власність – 2002. – № 6. – С. 7.

³ Огляд стану адаптації законодавства України до *acquis communautaire*. – К.: ВД «Професіонал», 2007. – 544 с. – С. 133.

⁴ Ryszard Skubisz. Prawo znaków towarowych: komentarz: stan prawny na dzień 1 września, 1997, Wydawn. Prawnicze. – 1997. – S. 33.

⁵ II GSK 65/05 – Wyrok NSA.

⁶ Justina Mordwiżko-Osajda. Znak towarowy. Bez względu na przeszkody rejestracji. – Warszawa.: Lexis Nexis, 2009. – 413 s. – P. 78.

⁷ Поль Мателі. Новое французское законодательство по товарным знакам. Книга 1. / Общая редакция и предисловие к.ю.н. А. Н. Григорьев. Перевод с французского к.ю.н. В. И. Еременко / НПИЦентр. – Душанбе, 1998. – 154 с. – С. 69.

⁸ Кожарська І. Вказана праця. – С. 7.

⁹ Великий тлумачний словник української мови / Упоряд. Т. В. Ковальова. – Х.: Фоліо, 2005 – 767 с.

¹⁰ Ustawa z dnia 30 czerwca 2000 r.– Prawo własności przemysłowej // Dziennik Ustaw z 2001 r. № 49 poz. 508; Ustawa z dnia 30 czerwca 2000 r.– Prawo własności przemysłowej (tekst jedn.) // Dz.U. z 2003 r. № 119. poz. 1117 z pozn. Zm.

¹¹ Stephen Pericles Ladas. Patents, trademarks and related rights: national and international protection T. 2 Harvard university press, 1975. – 2115 p. – P. 14.

¹² Krzysztof Wójtowicz. Zasady stosowania prawa Wspólnotowego w państwach członkowskich Unii Europejskiej. – Warszawa.: Centrum Europejskie Natolin, 2003. – 56 s. – P. 6.

¹³ Krzysztof Walczak. Orzecznictwo Europejskiego Trybunału Sprawiedliwości // Monitor prawa pracy № 10. – 2004 r.

¹⁴ Ralf Sieckamann przeciwko Deutsches Patent und Markenamt z dnia 12 grudnia 2002 r., sygn. C-273/00. Polskie tłumaczenie // Rzecznik Patentowy. – № 1–2 (36–37), 2003. – S. 108.

¹⁵ Justina Mordwiiko-Osajda. Znak towarowy. Bez względu na przeszkody rejestracji. – Warszawa.: Lexis Nexis, 2009. – 413 s. – P. 107.

¹⁶ Там само. – С. 110.

¹⁷ Shield Mark BV przeciwko Joost Kist Memex. Wyrok ETS z 27 listopada 2003 r. Режим доступу: <http://eurlex.europa.eu>

¹⁸ Rozporządzenie Komisji (WE) № 1041/2004 z dnia 29 czerwca 2005 r. Zmieniające rozporządzenie (WE) № 2868/95 wykonujące rozporządzenie Rady (WE) № 40/94 w sprawie wspólnotowego znaku towarowego // Dziennik Urzędowy. L 172 tom 48, 5 lipca 2005 r. – S. 4–21.

¹⁹ Ustawa z dnia 30 czerwca 2000 r.– Prawo własności przemysłowej // Dziennik Ustaw z 2001 r. № 49 poz. 508; Ustawa z dnia 30 czerwca 2000 r.– Prawo własności przemysłowej (tekst jedn.) // Dz.U. z 2003 r. № 119. poz. 1117 z pozn. Zm.

²⁰ <http://www.intelpro.ua/uk/intelpronet-newsletter/zvukova-torgova-marka-abo-chuyu-dzvin-ta-znayu-de-vin>

Резюме

Розглянуто вимогу графічного представлення торговельної марки, яка є однією з найжорсткіших вимог Першої Директиви ЄС про торговельні марки. Визначено поняття графічного представлення, її роль та функції в охороні торговельних марок. На прикладі Республіки Польща – члена Європейського Союзу показано особливості включення цієї загальноєвропейської вимоги до її національного законодавства.

Ключові слова: графічне представлення торговельної марки, графічне вираження торговельної марки, здатність розрізнення товарного знаку, розрізняльна здатність, адаптація до вимог ЄС.

Резюме

Рассматривается требование графического представления торговой марки, которое является одним из самых жестких требований Первой Директивы ЕС о торговых марках. Определено понятие графического представления, его роль и функции в охране торговых марок. На примере Республики Польша – члена Европейского Союза показаны особенности включения этого общеевропейского требования в её национальное законодательство.

Ключевые слова: графическое представление торговой марки, графическое выражение торговой марки, способность различения товарного знака, различительная способность, адаптация к требованиям ЕС.

Summary

The article deals with the requirement of graphical representation of the trade mark, which is one of the most stringent requirements of the EU to trade marks. Defined the concept of graphical representation, its role and functions in the protection of trade marks. On the example of Poland – a member of the European Union shows especially the inclusion of the pan-European requirements in its national legislation.

Key words: graphical representation of the trade mark, graphic expression of the trade mark, the ability to distinguish the trademark distinctiveness, adaptation to EU requirements.

Отримано 18.02.2011

І. А. СТРОЙКО

Ірина Анатоліївна Стройко, старший юрисконсульт ТОВ «Телерадіокомпанія «Студія «1+1», адвокат

СПОСОБИ ВІЛЬНОГО ВИКОРИСТАННЯ ПРОГРАМ ОРГАНІЗАЦІЙ МОВЛЕННЯ У ЦИФРОВУ ЕРУ. ОБМЕЖЕННЯ СУМІЖНИХ ПРАВ ОРГАНІЗАЦІЙ МОВЛЕННЯ

Питання обмежень та виключень з охорони авторського права і суміжних прав є предметом розгляду останніх трьох сесій Постійного комітету Всесвітньої організації інтелектуальної власності (ВОІВ) з авторського права і суміжних прав. Так, у рамках 19-ї сесії Комітету, що проведено у грудні 2009 р., було досягнуто згоду щодо встановлення робочої програми стосовно обмежень та виключень, зберігаючи глобальний і різнобічний підхід та беручи до уваги однакову важливість таких обмежень та виключень і різний рівень за-