

ПРОБЛЕМИ ЗАХИСТУ ШРИФТІВ ЯК СПЕЦИФІЧНИХ ОБ'ЄКТІВ АВТОРСЬКОГО ПРАВА

© Вовк О.Б., 2008

Розглянуто проблеми захисту шрифтів як об'єктів авторського права.

In the article the theoretical and practical aspects of defence of fonts are considered as objects of copyright.

Вступ

Сучасний Інтернет практично сформувався як потужний інформаційний простір. З погляду користувачів він є невичерпним інформаційним джерелом. На превеликий жаль, не часто ми замислюємось над проблемами правовідносин, які виникають в мережі.

Загалом існують два погляди стосовно охорони авторського права в мережі Інтернет.

Згідно з першим, глобальна мережа Інтернет як техногенне явище, створене людиною, розвивається за законами, які діють в інших сферах людського життя. А отже, і регулюватись воно має тими самими законами. Такої думки дотримуються ті користувачі, які сповідують принципи копірайта („copyright”) [10].

На інших позиція стоять ті користувачі, хто підтримує принципи копілефту („copyleft”) [12]. Вони стверджують, що Інтернет задумувався як вільне середовище, котре ґрунтується на положеннях загальнодоступності і відкритості інформації, а тому не може підкорятись тим чи іншим законам, особливо тим, які нездатні його регулювати. Його розвиток повинен бути саморегульованим на основі внутрішніх правил.

Сьогодні день ситуація склалася так, що формально закони існують. Але застосовувати їх надзвичайно складно, оскільки передати або скопіювати інформацію в Мережі набагато легше, аніж реалізувати це традиційно, через техногенну основу Інтернет.

Тому багато авторів або їхні правонаступники просто миряться з тим, що їх права порушуються, та ще й у відверто зухвалій формі.

Складною є ситуація в сфері захисту таких специфічних об'єктів авторського права, якими є шрифти та дизайнерські рішення, їх виконання.

Проблеми захисту шрифтів як специфічних об'єктів авторського права, а також проблемам, з якими стикаються автори шрифтів та їх правовласники, яким передані відповідні майнові права, присвячена ця стаття.

Аналіз останніх досліджень

За законом України „Про авторське право і суміжне право” (далі – ЗУАП), будь який твір, створений творчою працею, є об'єктом авторського права і охороняється цим законом, Цивільним кодексом і деякими іншими законодавчими нормами.

Ці закони поширюються на всі твори, створені автором або передані ним іншим особам. Згідно з ЗУАП ці особи називаються правовласниками [1].

Авторське право виникає в момент створення твору навіть у тому випадку, коли він ніколи і ні за яких обставин не був оприлюднений.

Реєстрація авторського права в Україні, як і в Росії, не є обов'язковою, на відміну від Сполучених Штатів Америки, де ця процедура є обов'язковою [12].

Найчастіше через світову мережу поширюються такі об'єкти авторського права:

- літературні твори;
- музичні твори;
- аудіовізуальні твори;

- комп'ютерні програми;
- твори мистецтва;
- фотографії.

Твори, представлені в електронній формі, що є доступні в цифровій мережі, можуть бути використані необмеженим колом користувачів у будь-який момент часу. Кожен твір, розміщений в мережі Інтернет, стає легкою здобиччю для порушників авторського права.

Більшість авторів або їх правонаступників не мають ніякої можливості відслідковувати розповсюдження своїх творів через цифрові мережі технічними засобами та засобами мультимедії.

Зі стрімким розвитком техніки користувач витрачає все менше і менше часу для отримання ідентичної копії твору. Швидкість передачі літературних чи музичних творів є набагато меншою ніж час, що витрачається на читання чи прослуховування вибраного твору.

Трохи складнішою є передача комп'ютерних програм, фотографій тощо, оскільки ця процедура вимагає введення ключів-ідентифікаторів.

Сьогодні найважче передавати лише відеозображення через великий обсяг відеоінформації, що є властивим для таких файлів.

Серед причин масового та здебільшого незаконного розповсюдження творів, що охороняються ЗУАВ, насамперед треба виділити технічну простоту реалізації таких операцій.

Велика кількість варіантів нелегального розповсюдження цифрової інформації гальмує розвиток легального отримання інформації.

Крім того, розвиток інформаційних технологій є настільки стрімким, що законодавча база не встигає охоплювати всі колізії, які виникають в результаті створення нових об'єктів.

Цілі статті

У статті проаналізовано проблеми захисту шрифтів як специфічних об'єктів авторського права в мережі Інтернет.

Основний матеріал

Для кращого розуміння та сприймання матеріалу статті наведено означення основних понять і термінів, які розглядаються.

Інформація – дані, представлені у вигляді сигналів, знаків, звуків, рухомих або нерухомих зображень, або подані в інший спосіб, тобто – нові знання, які отримує споживач (суб'єкт) у результаті сприйняття і опрацювання певних відомостей.

Ліцензією називається дозвіл власника патенту (ліцензіара), що видається іншій особі (ліцензіату), на використання винаходу (корисної моделі) на певних умовах.

Ліцензійна угода – це договір, згідно з яким власник винаходу, промислового зразка, корисної моделі тощо (ліцензіар) передає іншій стороні (ліцензіату) ліцензію на використання в певних межах своїх прав на патенти, „ноу-хау", товарні знаки, технічне досягнення або інший нематеріальний ресурс протягом певного строку за обумовлену винагороду.

Шрифт – графічна форма літер при писанні, характер малюнка написаних літер, накреслення букв та знаків, що становлять єдину композиційну та стилістичну систему.

Шрифти створюються автором відповідно до:

- вибраного замислу;
- вимог єдності стилю та графічної композиції;
- конкретних змістовних та художньо-декоративних задач.

Шрифти характеризуються:

- гарнітурою: об'єднанням різних за кеглем та нарисом, але однакових за характером накреслення шрифтів;
- нахилом: прямий (regular), похилий (oblique), курсив (italic);
- насиченістю: контурний, світлий (light), ужирений, напівжирний (semibold), жирний (bold), наджирний;

- шириною: надвузький, вузький (condensed), нормальний (normal), широкий (extended), надширокий;
- ілюміновкою: оконтурений, відтінений, штриховий, орнаментований, негативний, кольоровий;
- розміром (кеглем) в пунктах (1 пункт = 1/72 дюйма).

Комп'ютерний шрифт – файл, що містить в собі всі параметри, необхідні для відтворення текстів на екрані чи інших цифрових пристроях.

Коли говориться про захист шрифту як об'єкта авторського права, досить часто виникають запитання: „Хіба можна поставити копірайт на алфавіт?” або „Хто може заборонити використовувати букви?” [6]. Відповідь є однозначна: ніхто ніколи і не пробував «закопірайтити» алфавіт і не робитиме цього. Під захист закону потрапляють інтерпретації алфавіту – оригінальні варіанти написання букв, придумані людиною, художником. Ситуація аналогічна до ситуації з нотами: продають не ноти, а нову і оригінальну музику на основі нот.

За роз'ясненням державного департаменту інтелектуальної власності [4], Українське законодавство дозволяє захистити малюнок шрифту авторським свідоцтвом на твір образотворчого мистецтва або патентом на промисловий зразок чи свідоцтвом на програмний продукт. Хоча зразу застерігають, що такі дії не є обов'язковими.

Крім того, треба врахувати такий момент як те, що патент на промисловий взірєць потребує щорічних витрат на його підтримку, які не завжди окупаються при тотальному піратстві в мережі Інтернет і поза нею.

Без оформлення охоронної документації можна спробувати захистити свої авторські права в доволі простий спосіб. Достатньо надіслати лист (звичайний або рекомендований) з роздрукованим взірцем шрифту (друк повинен бути настільки великим і чітким, щоб добре було видно найдрібніші деталі рисунка) самому собі. Такого доказу в суді буде достатньо для підтвердження авторства.

Іншим шляхом захисту є класифікація шрифту як „ексклюзивного виконання”. З юридичного погляду „ексклюзив” означає виняткові матеріальні права на твір.

Якщо автор передав ці виключні права іншій особі, то тільки ця особа має право на розповсюдження цих творів. У цьому випадку автор має право на компенсацію у вигляді:

§ паушального платежу, тобто одноразового гонорару за виконану роботу;

§ роялті – компенсації у вигляді відсотків від продажу товару.

Треба зауважити, що хоч і існують класичні формули підрахунку цих видів платежів, в житті вони мають випадковий характер і досить часто беруться довільно. У прикладі з роялті відомі випадки, коли особа-покупець взагалі не виплачувала компенсацію, посилаючись на те, що шрифти не користуються попитом. Проте використовувала придбаний шрифт у комерційних цілях.

Зовсім іншою є ситуація, коли шрифт продається не фірмі-покупцю, а конкретному видавництву. Обов'язковою умовою тут є те, що автор зобов'язується протягом певного періоду не передавати права на створений шрифт. І чим більшим є цей термін, тим більшою є сума компенсації за цей „ексклюзив”, оскільки видавництво отримує в цьому випадку не тільки шрифт як нову технічну роботу, а й певне унікальне обличчя, оскільки конкуренти не можуть використовувати такий самий шрифт. У випадку недобросовісної конкуренції, тобто якщо цей шрифт використовуватиме інша особа без спеціального дозволу, видавництво відстоюватиме як свої права, так і права автора. Всі правила використання обов'язково прописуються в договорі, який автор укладає з видавництвом і на підставі якого передає „ексклюзивні права”.

Ексклюзивні права означають:

1) якщо автор укладає договір з певною фірмою на розповсюдження створеного ним шрифту, це означає, що він не має права підписувати будь-який договір на реалізацію цього ж шрифту з будь-яким іншим замовником.

2) якщо автор підписав ексклюзивний договір з видавництвом, то тільки це видавництво має право використовувати цей шрифт.

Такі договори укладають, як правило, на певний період, оскільки не кожна фірма має достатньо коштів, щоб автор віддав свою розробку у довгочасне користування певній фірмі.

Існують випадки, коли автори, не проконсультувавшись з експертами у сфері захисту авторського права, підписували контракт, в якому було формулювання на кшталт „...права передаються без обмеження території і терміну...”. Це означає, що у автора залишається право тільки називатись автором, і можливо вносити зміни у створений ним же шрифт (якщо інше не обумовлено в договорі).

Розглянувши деякі питання передачі прав на створені шрифти, виникає закономірне запитання: „Чи існує ймовірність того, що після підписання подібного договору фірма-покупець не скористається можливістю виставити придбаний шрифт у відкритий доступ?”

Відповідь є однозначною – ні, оскільки це є недоцільно за законами економічної теорії. Тому автор може бути спокійний за своє творіння.

Розглянемо різні ситуації та на їх прикладі продемонструємо слабкі і сильні сторони при захисті шрифтів та їх дизайнерських рішень як об’єктів авторського права.

Сьогодні є досить популярним існування певних Інтернет-спільнот, які пов’язані певними інтересами і де керування здійснюється певними людьми, які називаються модераторами. При виникненні питань будь-який користувач може зайти на сайт такої Інтернет-спільноти та попросити допомоги. Проте не у всіх таких середовищах дотримуються захисту авторських прав.

Уявимо, що певна людина просить допомоги у пошуку певних шрифтів у користувачів типографічних Інтернет-спільнот.

Тут є два варіанти розвитку подій.

Перший з них – це скерування її на сайти, які не вважають порушенням авторського права скачування файлів з зображеннями модних, проте не безкоштовних шрифтів.

Інший – звернення до тих спільнот, які мають законні права на розповсюдження відповідних шрифтів за угодами з авторами, що їх створили, чи їх представниками.

Як повинна поводитися людина, що потрапляє під дію законів у галузі шрифтового права. Розглянемо описані ситуації з різних позицій.

Людина – користувач

З одного боку, шрифт можна прирівняти до комп’ютерної програми. З іншого – це витвір мистецтва і інтелектуальна власність, яка охороняється законом тієї країни, де вона була створена. Саме „Закон про авторське право” визначає, які дії відносно використання шрифту є коректними. Немає сенсу розглядати „Акти про дизайн”, „Конвенції про дизайн” і інші міжнародні законодавчі акти, оскільки законодавство кожної країни є основним правовим інститутом, що забезпечує захист авторського права (патентне право і право комерційної таємниці у цьому випадку не розглядається).

Авторське право виникає в момент створення твору, а коли твір підписується автором – право „здійснюється”, інакше кажучи, авторизується.

У ситуації зі шрифтами дизайнер малює шрифт, оцифровує його і підписує, щоб потім довести авторство. З цього моменту починає діяти система ліцензування, що визначає використання шрифту. З’являються два варіанти об’єктивного існування шрифту, а отже – два варіанти поведінки користувача з придбаним шрифтом.

Це важливий момент, оскільки користувач починає грати в першому випадку за правилами ЗУАП, а в другому – за правилами договору або ліцензії, укладеними фірмою-продавцем на основі закону.

Розглянемо перший випадок: **шрифт не ліцензований**.

Що означає вираз „шрифт не ліцензований”? Під ним розуміють не просто текст ліцензії (умови використання неліцензованого шрифту, вказані автором, не є ліцензією).

Стаття 18 ЗУАП допускає без згоди автора і без виплати авторської винагороди відтворення правомірно обнародованого твору винятково „в особистих цілях або для звичайного кола сім’ї”. Відтворення в нашому випадку – звичайне збереження фонту на особистий жорсткий диск.

Постає питання: „Якщо автор опублікував шрифт на своїй сторінці, чи обнародував він його правомірно?”

Крім того, автор має право заборонити викачування шрифту взагалі, заборонити копіювання і розповсюдження вже викачаного шрифту, вирішувати питання щодо його продажу, заборонити роздруковувати весь набір символів і показувати їх на виставці. Все це неістотно, тому що всього цього не пишуть: шрифт викладається на сторінці саме для публічного з ним ознайомлення.

Якщо про яку-небудь дію стосовно шрифту автором сказано спеціально, користувач зобов'язаний підкорятися. Проте, незважаючи ні на які акценти автора або їх відсутність взагалі, ви у будь-якому випадку маєте право, не заплативши грошей авторові і не питаючи його дозволу:

викачати шрифт для ознайомлення;

використовувати його тільки в особистих цілях. Наприклад, набрати ним ЗУАП і, роздрукувавши, розвісити на стінах. Все інше – з відома автора і на підставі подальших домовленостей.

Згідно з ЗУАП, відіслати шрифт другу (репродукція), окрім випадку, коли автор, використовуючи свої права, дозволяє зробити це, – заборонено.

Викласти його у себе на сайті і написати, що людина, що його виклала, є автором, також заборонено (порушення ЗУАП щодо особистих немайнових прав автора).

Доступний для відтворення і некомерційного використання шрифт Lido, поширюваний чеською словолитнею Stormtyp [7]; шрифт Пушкін, доступний на сайті фірми „Паратайп” [8], – приклади безкоштовних шрифтів, використовувати які без проблем може будь-яка людина, яку ніхто не запитає, як цей шрифт потрапив до неї на комп'ютер, оскільки умови його розповсюдження чітко описані автором – безкоштовно.

Але якщо сказано, що це не вільно розповсюджуваний шрифт? Можна сміливо вважати, що згідно із законом користувач може використовувати його лише після придбання ліцензії. І це вже другий варіант використання шрифту користувачем.

Шрифт ліцензований

Ліцензійність шрифта означає, що всі майнові права на нього передані фірмі, яка виплачує авторові відсоток від продажів шрифту. Це означає, що система ліцензування – найважливіша умова існування шрифтового дизайну взагалі.

Власник (чи автор) шрифту може (згідно з ЗУАП) передати право на використання своїх знаків будь-кому. Відповідно до договору, автор шрифту або власник ліцензії (ліцензіар) отримує відсоток від продажів шрифту. Тобто користувачеві доведеться купувати зовсім не шрифт сам по собі, а ліцензію на його використання. Ситуація відповідає купівлі програмного забезпечення (ПЗ). Хоча не можна сказати, що шрифт коштує дорого або дешево, – це ліцензія коштує дорого або дешево.

Що ж вписують в тексті ліцензійної угоди на шрифти?

Перш за все, оскільки згідно із законом заборонена репродукція інтелектуальної власності, то люди, що складають текст ліцензії, оперують кількістю робочих станцій або терміналів, на яких можна буде встановити шрифт. Крім того, враховується кількість вивідних пристроїв для тиражування інформації.

Відповідно до цього, фірми мають можливість надавати декілька видів ліцензій за різними цінами. Відрізняються ці ліцензії лише кількістю комп'ютерів, на які встановлюється шрифт, і принтерів, на яких його можна роздрукувати. Діапазон кількості засобів варіюється від п'яти терміналів в **Базовій ліцензії**, до необмеженої кількості – в **Корпоративній**.

Що в усіх цих ліцензіях спільного? Ліцензійна угода забороняє копіювання шрифтів на інші комп'ютери. Якщо скопіюєте шрифт на комп'ютер друга або іншої організації – це може бути розцінене як несанкціоноване копіювання. Правомірною є лише повна передача всього комплексу постачання шрифту із знищенням його у себе на комп'ютері.

Піратським вважається шрифт, якщо немає 100% упевненості, що цей шрифт має статус безкоштовного або згідно з якою-небудь ліцензією (наприклад, досить часто виробники ОС поставляють в комплекті з нею шрифти).

Володіння ліцензійним, легально придбаним ПЗ означатиме, що користувач по праву використовує шрифти, які поставлялися разом з ним. Характер їх використання очевидний: шрифти призначені для особистих цілей і потреб користувача, але не можуть розповсюджуватися ні безкоштовно, ні за гроші. Шрифти, що поставляються разом з ОС, можуть вважатися її частиною: як окремі бібліотеки, системні файли, необхідні безпосередньо для роботи системи, або ж, наприклад, як прикладні програми, подібно до програми „Paint” або „Блокнот” у Windows.

Суть ліцензії і покупки прав на використання шрифту полягає в захисті дизайнерів і словолітен від людей, здатних видати їх роботу за свою, перейменувати її і продати як власний продукт. ЗУАП скерований якраз саме на запобігання подібним діям. Використання нелегальних шрифтів в комерційній діяльності також потрапляє під дію даного Закону.

Досить часто в ліцензіях вказується, що, використовуючи шрифт, ви підкоряєтеся законам тієї країни, де цей шрифт був створений. Але це є певною проблемою, яка пов'язана з відносинами громадян різних держав і застосовування відповідних законодавчих прав до цих відносин [9].

Розглянемо тепер ситуацію: **людина – розробник**.

Людей, які займаються малюванням і приведенням у цифровий вигляд алфавіту, незрівнянно менше, ніж програмістів, розробників ПЗ. Проте зараз професія цифрового дизайнера є досить популярною. Але графічний дизайнер повинен розуміти закони побудови букв. У зв'язку з цим, а також з тим, що комп'ютерне століття перетворило процес виробництва нового шрифту на хвилинну справу (безумовно, маючи на увазі процес генерування і розповсюдження), права людини, що вирішила створити свій шрифт, порушувати не можна.

Зокрема треба нагадати, що в багатьох країнах відсутнє поняття „type copyright”. Тому використовувати необхідно загальне поняття „copyright”, а також орієнтуватись на західні тенденції.

Користувач, що вирішив стати автором нового шрифту, перш за все повинен подумати про основу, за якою він планує створити власний шрифт. Можна відкрити в шрифтовому редакторі, наприклад, шрифти, подібні до ITC Beesknees і, змінивши знаки шрифту, згенерувати свій.

Але в цьому випадку доведеться зіткнутися з новими визначеннями. Це шрифти, що потрапляють під визначення «Revival font» і «derivative font». До цих назв непросто підібрати аналоги, але можна спробувати.

Шрифти класу „**revival**” – «відроджені», тобто створені на основі нецифрових малюнків (наприклад, зображення знаків у старовинних книгах, на обкладинках журналів, газет або просто намальованих ким-небудь від руки). Одним словом, будь-які шрифти, які з естетичних, культурних або яких-небудь інших міркувань є сенс відродити в цифровому вигляді. „**Revival font**” інакше можна назвати „реконструйованими шрифтами”, а „**Derivative fonts**” – це похідні шрифти, тобто створені на основі тих, що є, скажімо, придбані.

Розглянемо спочатку **шрифти, що реконструюються**.

Згідно з ЗУАП та поправками до нього, спочатку треба з'ясувати, чи закінчився 70-річний термін прав на малюнки, за якими вирішено створити шрифт. Якщо ні, треба отримати на них права і лише після цього починати роботу.

На сайті „TypeRight” є доповнення, що стосується шрифтів, що реконструюються: „переконайтеся, будь ласка, що реконструкція, яку збираєтеся створити, є оригінальний творчий твір, тобто її на даний момент не існує в цифровому вигляді...” [6]

Похідні шрифти

Під поняття похідних шрифтів потрапляє приклад про переробку ITC Beesknees. У цьому випадку треба рахуватись з ліцензійною угодою на придбаний шрифт. Якщо розробник створив власний шрифт на основі купленого, то він має право використовувати їх з урахуванням обмежень, вказаних в Ліцензійній угоді. Розповсюдження таких шрифтів можливе тільки за наявності спеціальної ліцензійної угоди. Тобто ліцензія забороняє створювати нові шрифти на основі куплених без спеціальних домовленостей, ґрунтуючись на ЗУАП.

Але у замовників шрифтів може виникнути потреба додати нові зображення в шрифт, наприклад, створити додаткове зображення. Тоді шрифт також вважатиметься похідним. Конфлікту не виникне, якщо замовник шрифту законно придбав ліцензію на шрифт-прототип: деталі, через які виникла необхідність модифікувати шрифт, будуть виправдані, якщо тільки модифікація не перетвориться на поширювану річ. Такі дії з боку покупця ліцензії можна вважати прийнятними, оскільки не завжди розумно через два–три знаки, яких бракує, або неправильного параметра в таблиці кернінга турбувати виробника шрифту.

Необхідно також сказати декілька слів про автотрейсинг — створення контурів шрифту за намальованими або відсканованими зображеннями.

Автотрейсинг оригінального (досі неопублікованого) зображення шрифту є лише крок у виробництві нового шрифту. Якщо ж автотрейсинг полягає в обведенні контурів вже існуючого шрифту і подальших неістотних змінах — це похідний шрифт.

Перейменування шрифту

Перейменувати шрифт має право ліцензіар (власник ліцензії). При цьому використання повинно бути обмеженим — у будь-якому випадку власнику ліцензії треба діяти згідно з Ліцензійною угодою, яка забороняє модифікацію шрифту з подальшим його продажем і т.п. Для отримання дозволу на модифікацію шрифту треба звертатись до фірми, в якій було придбано шрифт.

Новий, оригінальний шрифт

Непросто визначити, чим є створений шрифт: оригінальним зображенням або реміксом. Автор може відстоювати результат творчої діяльності і бути переконаним в його новизні, але у експертів можуть виникнути сумніви щодо правильності такого твердження. Хоча такі твердження повинні мати прямі докази.

Віденська конвенція — документ, прийнятий 6 липня 1981 р. у Федеральній Республіці Німеччина і покликаний спільно з Актом про дизайн від 1976 р. захистити малюнки набірних шрифтів і забезпечити їх міжнародну реєстрацію. Стаття 2, розділи 1, 2 свідчить, що стиль або образ шрифту зумовлює його новизну й індивідуальність.

За ним **шрифт є новим**, якщо:

він невідомий і не може бути відомий фахівцям, будучи зареєстрованим;

не обов'язково новий, але залишався не відомим впродовж не менше ніж 50 років (час);

не обов'язково новий, але все-таки не відомий промисловим підприємствам відповідної галузі (індустрія);

не обов'язково новий, але все-таки не відомий у ФРН (регіон).

Проте на Віденську конвенцію можна спиратись хіба що для отримання загального уявлення про захист шрифтів як об'єктів авторського права. Але Україна не входить до країн, що ратифікували цей документ, у нас немає аналогічної європейської охорони поліграфічних знаків.

Розробникові залишається дотримувати ЗУАП і орієнтуватися на перший пункт Віденської конвенції. Саме визнання авторського зображення в колі професіоналів може стати кращою «реєстрацією» шрифту в світі.

Варто перелічити основні фірми, які працюють на шрифтовому ринку і вказати на їхні переваги і недоліки.

Ключовою на теренах східноєвропейського Інтернет-простору є фірма ParaType, яка має виняткові права на програми мовою опису шрифтів (PostScript, TrueType), в яких подається будь-який конкретний шрифт.

Одразу треба звернути увагу на фразу „...має виняткові права на...”: не „на інформацію”, а „на програму”. І тут виникає питання: „Наскільки правомірним буде створення власного шрифту на основі **інформації** про шрифт фірми ParaType, але за допомогою іншої програми?”

Крім фірми ParaType, існують ще Letterhead, ФонтШоп, Bitstream, Linotype. Щоправда, з фірмою Linotype складно домовлятися на рівні користувача про використання кирилических версій деяких шрифтів.

В Україні є організації, що реєструють авторські твори, – сенс в можливості подальших доказів прав на твір. Малюнки шрифту також можна з успіхом зареєструвати. Але якщо все-таки трапиться судовий розгляд, авторам непросто захистити своє право, адже потрібно надати докази. Інтернет-спільнота „АВТОРСКОЕ ПРАВО В УКРАИНЕ” (АОУ) [10] проводить реєстрацію твору і видає авторові відповідне Свідоцтво. Саме воно може бути використане як доказ своїх прав.

Досить часто користувачі запитують: „А чи такий дозвіл взагалі потрібний в сучасному інформаційному світі? Чи достатньо надіслати конверт поштою на власне ім'я і все?”

Оцінка результатів

Крім з проблем, пов'язаних з правом взагалі та тонкощами шрифтового права в Україні, можуть з'явитись і похідні проблеми.

Коротко охарактеризуємо деякі нетривіальні ситуації, пов'язані з використанням шрифтів.

1. Клієнт, сплативши за ліцензію на використання шрифтів, вирішив надрукувати рекламні буклети, оформлені купленими шрифтами. Чи повинні друкарня або студія графічного дизайну, що отримала від клієнта завдання і необхідні шрифти, мати на ці шрифти ліцензію?

Безумовно, повинні. В ідеалі взагалі будь-який користувач повинен володіти ліцензією на використання шрифтів. Якщо ліцензія клієнта не передбачає випадків, подібних до вказаного, то друкарня теж повинна придбати ліцензію на шрифти. Або ж клієнт зобов'язаний придбати дві ліцензії і одну передати сервісу, з яким збирається працювати, інакше шрифти вважатимуться неліцензійними.

2. Як повинен поводитися користувач у випадку, якщо ним розроблений дизайн тільки на деякі літери? Наприклад, на „Ц” або „Б”, а такі спірні літери, як „А” и „О”, він не зачіпав.

У цьому випадку треба пам'ятати про поняття **Embedded fonts**.

Embedded fonts – це „приєднані” шрифти, тобто частини файлу, в якому вони використовуються. Проблема в тому, що їх можна витягти з такого файлу. Проте, будь-яка ЛУ повинна передбачати і цей варіант нелегального використання шрифтів. Наприклад, шрифт можна «вбудувати» в PDF-файл або «прикріпити» до сайту.

Висновок

У статті систематизовані поняття, документи і закони з погляду користувача і розробника шрифту. Розглянуто проблемні ситуації з правового погляду. Піратство в галузі авторського права, і шрифтової справи зокрема, несе очевидну шкоду. Проте боротися з розповсюдженням піратських копій шрифтів потрібно, підвищуючи свідомість кожної людини – від рядового користувача і до директора дизайн-бюро, відповідального за масове поліграфічне виробництво.

Гасло „Шрифт – товар, не гірший за інші” не змінить загальної картини на ринку шрифтів, як і спроби добитися правди через суд, але становлення свого роду „правил хорошого тону”, виникнення моди на ексклюзивне або законне володіння шрифтовим матеріалом – таким повинно бути майбутнє шрифтового дизайну в Україні.

1. Закон України «Про авторське право і суміжні права», 2003. 2. Закон України «Про патент», 2003. 3. Українське агентство з авторських та суміжних прав, <http://www.uacrr.kiev.ua>, 2006. 4. Державний департамент інтелектуальної власності, <http://www.sdip.gov.ua> 5. Курс «Интеллектуальная собственность». Лекция 7, <http://www.intuit.ru/departament/history/law/7/footnote.7.1.htm>. 6. Arguments Against Copyright Protection of Typefaces and Our Responses, Patricia Lillie, www.typeright.org/feature3.html. 7. Офіційний сайт чеської словолитні Stormtyp, www.storrrtype.com/free.html. 8. фіційний сайт „Паратайн”, www.paratype.ru/ru/default.asp?page=/ru/shop/free/default.asp). 9. А. Белокрыс „По судах затягають...”, <http://www.osp.ru/pcworld/2004/06/056.htm>. 10. Сайт „АВТОРСКОЕ ПРАВО В УКРАИНЕ”, <http://www.copyright.com.ua/inet.html>. 11. Сайт організації GNU, <http://www.gnu.org> 12. Законодавчий сайт США, <http://www.copyright.gov/>.