

## LEGAL PROTECTION OF VIDEOGAMES

### **Hristina R. Georgieva**

Ph.D. student in Intellectual Property law,

University of National and World Economy, BG

Attorney - at – law,

Sofia Bar Assosiation, BG

e-mail: [georgieva.r.hristina@gmail.com](mailto:georgieva.r.hristina@gmail.com), tel: 0889 555 963

***Abstract:** Nowadays, the videogame industry is rivaling the size of the motion picture industry and surpassing the music industry in terms of overall revenue. Therefore, the investors in this sector and the videogame developers must be provided with analysis on the applicable legal framework as well as with information on the legal means and ways for protection of their legitimate rights and interests.*

*This article is an introduction to the issue of the legal protection of videogames. It aims to provide the reader with information about the types of legal protection that videogames can currently enjoy under the effective Bulgarian legislation, including also a Comparative law analysis.*

***Key words:** Legal protection, Videogames, Copyright, Patent, Utility model (Useful model), Trade secret, Trade mark, Domain name, Intellectual property, Audio-visual work, Computer program, Software;*

***JEL Codes:** Y20, K39*

### **ВЪВЕДЕНИЕ**

Динамичното развитие в сектора с видеоигри през последните години и все по-високите приходи, които реализира гейм индустрията, конкуриращи тези на филмовата индустрия и надминаващи по мащаби тези на музикалната индустрия, пораждаат необходимост от анализ и тълкуване на приложимата правна рамка, с цел създаване на по - голяма яснота за инвеститорите в сектора и на създателите на видеоигри относно средствата и начините за защита на законните им права и интереси.

Настоящият доклад анализира приложимото национално законодателство и представя на разработчиците на видеоигри и на инвеститорите в сектора съществуващите правните възможности за защита на правата и интересите им както в процеса на създаване на една видеоигра, така и последващото ѝ използване и разпространение. Докладът съдържа и сравнително-правен анализ.

### **ИЗЛОЖЕНИЕ**

#### **I. Видеоигрите като обект на интелектуална собственост**

Видеоиграта е сложно произведение, ползващо се с авторскоправна защита, но и съдържащо в себе си сбор от съставни елементи, всеки от които е самостоятелен обект на авторско право като текст, сценарий, музика, герои, хореографии и пантомими, карти и архитектурни произведения, използвани при създаването на игра. По тази причина, видеоиграта е своеобразно обединение на индивидуални елементи - обект на авторско право, стига да разполагат с оригиналност и креативност, разбира се. В предходен доклад, публикуван в Научни трудове на Русенския университет - 2016, том 55, серия 7, SAT-2G.307-2-L-01, стр. 110-114, съм разгледала с повече подробности произхода на видеоигрите, историческото им развитие, съставните елементи и видове игри.

По отношение на някои от съставните части на видеоиграта като компютърните програми и аудио-визуалните елементи, законът предвижда специални правила относно възникването, упражняването, защитата и прехвърлянето на отчуждимите правомощия на автора. Някои от тези специални разпоредби обаче възприемат различни подходи. По тази причина и предвид липсата на изрична правна рамка, регулираща правоотношенията между

авторите на отделните съставни елементи на видеоиграта при и по време на създаването ѝ, както и с оглед липсата на разпоредби, касаещи сборното произведение – видеоигра и начините за използването му, съществува спор при определянето и третирането на видеоиграта като обект на интелектуална собственост.

В държави като Аржентина, Канада, Китай, Израел, Италия, Руска Федерация, Сингапур, Испания и Уругуай, юриспруденцията възприема видеоигрите, преобладаващо, като компютърни програми, поради специфичната природа на произведението и зависимостта от софтуера. Тези държави прилагат по отношение на видеоигрите разпоредбите относно компютърните програми.

Други държави като Белгия, Бразилия, Дания, Египет, Франция, Германия, Индия, Япония, Южна Африка, Швеция и САЩ съобразяват изключително сложния характер на видеоиграта и възприемат виждането за отделна класификация на съставните ѝ елементи, т.е. отделна правна защита по отношение на всеки обект на интелектуална собственост, съобразно спецификата му.

Малка група държави (в това число Кения и Република Корея) приемат, че видеоиграта с оглед визуалните ѝ елементи е аудиовизуално произведение. Това не означава че тези юрисдикции не предвиждат и предоставят правна защита по отношение на софтуера, но аудиовизуалните елементи преобладават.

Българският ЗАПСП съдържа неизчерпателно изброяване на обектите, ползващи се с авторскоправна защита. Сред изброените в чл. 3 от закона обекти не са видеоигрите, но няма спор, че те са обект на интелектуална собственост. Липсва информация по темата на ниво юриспруденция.

## **II. Правна защита на видеоигрите като обект на интелектуална собственост**

*Въпреки че видеоигрите основно се ползват с авторскоправна закрила, те могат да получат и правна закрила, произтичаща от законите в областта на индустриалната собственост, а именно: чрез получаване/регистрация на патенти, полезни модели, търговски марки. Важно значение има и правната закрила, която може да се ползва, ако определени данни и/или информация попадат в категорията „търговска тайна“.*

### **A/ Авторскоправна закрила**

Както бе споменато по-горе, видеоиграта е сложно произведение, ползващо се с авторскоправна защита и съдържащо в себе си сбор от елементи – всеки от които би могъл да е самостоятелен обект на авторско право, в това число компютърни програми и аудиовизуални произведения. По тази причина, при създаване на видеоигра, последващо ѝ разпространение и използване, следва да се съобразяват вече съществуващи авторски права, възникнали при създаването на друга видеоигра. Основно следва да се внимава да не се копира буквално някой от съставните елементи на друга видеоигра, ползващи се с авторскоправна защита. Елементи, по отношение на които подобна защита е неприложима, могат да се използват свободно от създателите на игри.

Следва да се обърне внимание и на обстоятелството, че дори лица, които не са директно ангажирани с процеса по създаване на видеоигра, биха могли да станат автори на самостоятелни елементи от нея, т.е. следва да се съобразяват и техните авторски права. Това са случаите, в които играещите участват в интерактивни онлайн игри чрез създаване на настройки, герои и други отделни елементи, достъпни и за други играещи. Тези лица биха могли да се приемат за автори на собствения си принос /създадените от тях самостоятелни елементи от играта/, стига последните да са оригинални и творчески. Последващо използване на подобни обекти на авторско право, създадени от потребителите на играта, изисква надлежно упълномощаване, което при подобни виртуални правоотношения се постига чрез договори за използване на произведението, които потребителите трябва да приемат при създаване на профил за достъп до играта.

Освен съставни елементи, представляващи самостоятелни обекти на авторско право, следва да се съобразява и обстоятелството, че във видеоигрите се съдържат и елементи, които не се ползват с авторскоправна защита – било защото срокът ѝ е изтекъл или става въпрос за исторически факти, митове и други обекти, изрично изключени от приложното поле на закона. Държавите с Англосаксонска правна система (Common law) използват термина „public domain property”. Важно е тук да се подчертае, че буквалното копиране на начина, по който е представен/изобразен даден исторически факт, мит и т.н. е нарушение на авторското право на автора, но взаимстването на самия исторически факт не е нарушение, ако е представен/изобразен по различен и оригинален начин.

Друго изключение би могло да се изведе от доктрината *Scène à faire*. Тази доктрина, характерна за common law системите, се основава на разбирането, че определен начин на представяне и изразяване на идея се използва толкова често при определени теми и е така типичен за тях, че не може да се предоставя авторскоправна защита върху такова изразяване. Доктрината не е възприета от континенталната правна система, но изискването за оригиналност, всъщност, постига същите резултати.

С цел пълнота на изложението ще обърнем внимание и на друга концепция, типична за САЩ, а именно: *Fair use*, позволяваща на автор да използва части от произведението на друг за определени цели без да дължи възнаграждение. В Европейските държави тази концепция, доколкото може да се приеме, че я има, е ограничена до отразяване на новини и за постигане на законни образователни цели.

Авторското право обаче предоставя защита от буквално копиране на произведението или части от него, но не осигуряват закрила срещу взаимстването на идеи, методики, технически решения и процеси, съдържащи се в произведението. Това е така, защото методики, теми, идеи, концепции, графичен дизайн, начин на представяне на информация, на сходни фонове и цветове акценти не са закриляни обекти на авторско право. Същото важи и за данните, които могат да се съдържат в базите данни, предоставени при създаването/разработване на видеоигра. Авторското право защитава конкретната форма на изразяването на изброените елементи, не на самите тях. Такава защита може да даде правото на индустриална собственост.

### **Б/ Търговска тайна**

Процесът на създаване на една видеоигра обичайно е придружен от голямо количество поверителна информация, творчески процеси, идеи, схеми, планове, пазарни проучвания, факти, производствено ноу-хоу и друга интелектуална дейност, която остава извън приложното поле на правната закрила по реда на ЗАПСП, ЗПРПМ, ЗМГО и т.н. Те обаче могат да получат правна защита като „търговска тайна”.

Търговската тайна може да се определи най-общо като информация, предоставяща конкурентно предимство, която се пази в тайна от правоимащите. За разлика от авторскоправната и патентната закрила, както и закрилата, която се получава при регистрация на търговска марка, търговската тайна като форма на закрила върху интелектуалният продукт не се разгласява публично. Търговската тайна е фирмена тайна. Това може да бъде всяка идея, която предоставя конкурентно предимство и се пази в тайна.

За разлика от законодателството в САЩ, например, където на щатско ниво се приемат различни закони за търговската тайна, базирани на Единния закон за търговска тайна (Uniform Trade secret Act), в България материята е уредена с няколко разпоредби, съдържащи се в Закона за защита на конкуренцията (ЗЗК).

В разпоредбата на чл. 37 от ЗЗК е предвидена изрична забрана за узнаването, използването или разгласяването на производствена или търговска тайна в противоречие с добросъвестната търговска практика. Нормата на чл. 37, ал. 1 от ЗЗК предвижда три форми на изпълнителното деяние – узнаване на чужда търговска тайна, нейното използване или разгласяване. Всяко едно от посочените действия следва да е осъществено в противоречие с добросъвестната търговска практика. И в трите случая обаче трябва съответната информация и данни да могат да бъдат квалифицирани като производствена или търговска тайна по

смисъла на легалната дефиниция на §1, т. 9 от ДР на ЗЗК, а именно: “Производствена или търговска тайна са факти, информация, решения и данни, свързани със стопанска дейност, чието запазване в тайна е в интерес на правоимащите, за което те са взели необходимите мерки.” От определението на понятието „производствена или търговска тайна“ е видно, че режимът на достъп и използване на информацията, която попада в тази категория, е ограничен и е свързан със специфичния предмет на правното регулиране от страна на ЗЗК.

Правоимащият следва да е определил предварително конкретните факти, информация, решения и данни, до които е установен ограничен достъп. Индивидуализирането по този начин е необходимо, предвид уредената законодателно специфична закрила, предоставяна срещу недобросъвестно посегателство върху чувствителна информация от страна на конкурентни предприятия. Същевременно, тези данни са строго специфични за всеки правоимащ и освен че трябва да са обявени изрично за такива, представляващи производствена или търговска тайна за предприятието (правоимащия), трябва да са взети и необходимите мерки за запазването и защитата им по определен начин, да е предвиден съответен режим на достъп до тях и да е определен кръгът на лицата, които имат право на достъп и използване на информацията. Целта е информацията, определена като конфиденциална, да запази това свое качество спрямо лица, външни за предприятието. ЗЗК също съдържа разпоредби, уреждащи достъпа, използването и съхраняването на документите, представляващи производствена, търговска или друга тайна, защитена от закон. Достъпът, използването и съхраняването на документите, представляващи производствена, търговска или друга тайна, защитена от закон, се уреждат по-детайлно в нарочни правила, приети от КЗК.

При положение, че търговецът не е взел необходимите мерки да запази информация, която е негова производствена или търговска тайна, то не би могло да се ангажира и отговорността на трети лица по чл. 37 относно узнаването, използването или разгласяването ѝ. Става въпрос не за наличие на общи задължения за конфиденциалност или за опазване на търговска тайна (напр. уредени в трудови договори на служителите на предприятието), а за конкретни задължения във връзка с опазване на конкретна информация, определена като производствена или търговска тайна, в нарочен акт – решение, заповед или друг вътрешен за предприятието акт, с който е въведена забрана или задължение да не се използва или разгласява информацията. На следващо място актът, с който е въведена забраната, трябва да бъде доведен до знанието на лицата, на които е вменено задължението да не е използват или разгласяват неправомерно информацията, съставляваща производствена или търговска тайна.<sup>122</sup>

Освен установяване наличието на производствена и търговска тайна за едно предприятие, както и мерките за нейното запазване, за да е осъществен съставът на чл.37, ал. 1 от ЗЗК, се изисква узнаването, използването или разгласяването на производствена или търговска тайна да е осъществено от конкурентното предприятие по начин, който противоречи на добросъвестната търговска практика и който създава възможност или реално уврежда интересите на правоимащия конкурент. За съставомерността на деянието е достатъчно да е създадена потенциална опасност от увреждане на интересите на конкурента. Самото понятие „добросъвестна търговска практика“ също е легално дефинирано в §.1, т. 2 от ДР на ЗЗК с оглед постигане на специфичните цели на ЗЗК – това са правилата, определящи пазарното поведение, които произтичат от законите и обичайните търговски отношения и не нарушават добрите нрави.

Следва да се има предвид, че практиката на КЗК по прилагането на чл. 37 от ЗЗК се свързва обичайно с поведение на физически лица (бивши служители, управители или съдружници в дадено конкурентно предприятие), които преминават на работа в друго или

<sup>122</sup> Становище на КЗК относно Предложение за Директива на Европейския парламент и на Съвета относно закрилата на неразкрити ноу-хау и търговска информация (тайни) срещу тяхното незаконно придобиване, използване и разкриване

създават ново предприятие, което осъществява конкурентна стопанска дейност. Узнатата от тях информация при или по повод служебните им задължения запазва качеството си на поверителна, доколкото са имали задължение да опазят тази информация в рамките на предприятието, включително и да не я разгласяват извън него и след прекратяване на правните си отношения с правоимащия, така че информацията да не достига до трети лица. Възползвайки се от информация, представляваща търговска тайна, те успяват да извлекат конкурентно предимство за новото предприятие в противоречие с добросъвестната търговска практика.

Съгласно чл. 2, ал. 1, т. 4 от ЗЗК отговорността на физическите лица (която е административнонаказателна по своя характер съгласно чл. 99 от ЗЗК) може да бъде ангажирана в две хипотези. В първата хипотеза, когато самите физически лица извършват нарушение на закона в качеството им на предприятия, осъществяващи стопанска дейност по смисъла на §1, т. 7 и 13 от ДР на ЗЗК. Във втората хипотеза физическите лица подлежат на санкциониране, когато съдействат на конкурентно предприятие да извърши нарушение.

С оглед изложеното, разпоредбата на чл. 37 намира приложение в случаите, когато чрез узнаването, използването или разгласяването на производствена/ търговска тайна в противоречие с добросъвестната търговска практика дадено предприятие успява да получи нелоялно конкурентно предимство пред свой конкурент на релевантния пазар. Субект на нарушението по чл. 37 може да бъде единствено конкурентно предприятие и в този смисъл, разпоредбата на чл. 37 от ЗЗК не се може да се тълкува разширително от гледна точка на субектите, които носят отговорност по силата на тази норма на ЗЗК. За да възникнат правата на правоимащите не е необходима регистрация или вписване в някакъв регистър. Изисква се само да са взели „необходимите мерки“. Срокът на защита трае до момента на узнаване, разгласяване и използване на търговската тайна.

За нарушаване разпоредбите на ЗЗК, ако деянието не е престъпление, се носи административнонаказателна отговорност. Имуществените санкции и глобите по закона се налагат с решение на КЗК, което подлежи на обжалване относно неговата законосъобразност пред Върховния административен съд по реда на Административнопроцесуалния кодекс.

### **В/ Търговска марка и Домейн име**

Докато при търговската тайна целта е да се забрани на външни лица да узнаят, използват и/или разгласяват определени идея, концепции, факти, производствени решения, процедури, данни и информацията, които попадат в тази категорията, при търговската марка целта е възможно най-много трети лица да разпознават марката и да я свързват с притежателя ѝ.

След авторскоправната закрила, търговската марка е може би втората най – важна и търсена правна закрила по отношение на видеоигрите като интелектуален продукт, тъй като именно една успешна търговска марка, разпознаваема за потребителите, кара последните да разграничават едни дружества, създаващи видеоигри, и техните продукти от други.

Марката е знак – словен, фигуративен, триизмерен, звуков или комбиниран, който е способен да отличава стоките или услугите на едно лице от тези на други лица. Такива знаци могат да бъдат думи, включително имена на лица, букви, цифри, рисунки, фигури, формата на стоката или на нейната опаковка, комбинация от цветове, звукови знаци или всякакви комбинации от такива знаци, които имат отличителен характер.

Правото върху марка се придобива чрез регистрацията ѝ, считано от датата на подаване на заявката. С поставянето на символа ®, ТМ, SM или равностоеен символ до търговската се указва на трети лица наличието на регистрация на тази марка (®, ТМ), респективно услуга (SM). Процедурата по регистрация в България продължава не по-малко от година, година и половина от датата на подаване на заявката пред Патентно ведомство. Ускорена процедура за два пъти по - бързо регистриране на марка е приложима при марката на Европейския съюз, като производството се развива пред Службата на Европейския съюз за интелектуална собственост (EUIPO). Регистрацията на международна марка също отнема около година, като производството се развива пред Световната организация за интелектуална собственост

(WIPO). Правото върху марка е изключително право, което включва правото на нейния притежател да я използва, да се разпорежда с нея и да забранява на трети лица да я използват без негово съгласие.

Правото върху търговска марка обаче има териториално действие. Ако желаете закрила само в една държава — членка на ЕС, например държавата, в която се намира седалището на дружеството Ви или където искате да търгувате, можете да подадете заявка за марка директно в съответната национална служба за интелектуална собственост (В България това е Патентното ведомство). Това е решението на национално равнище. Ако желаете закрила в Белгия, Холандия и/или Люксембург, можете да подадете заявка в Службата за интелектуална собственост на Бенелюкс (BOIP) — единствената служба за интелектуална собственост в ЕС на регионално равнище за закрила на марка в тези три държави членки. Това е решението на регионално равнище. Ако желаете закрила в повече държави — членки на ЕС, можете да подадете заявка за марка на ЕС в Службата на Европейския съюз за интелектуална собственост (EUIPO) — това е решението на европейско равнище. Четвъртият вариант за закрила в ЕС е решението на международно равнище. Можете да използвате Вашата заявка за национална или регионална марка или заявка за марка на ЕС, за да разширите обхвата на закрилата си международно, във всяка държава, която е подписала Мадридска спогодба за международна регистрация на марките, датираща от 1891 година, и Протокол относно Мадридската спогодба, който е приет през 1989 г., влиза в сила на 1 декември 1995 г. и действа от 1 април 1996 г. Компетентната служба за интелектуална собственост в случая е Световната организация за интелектуална собственост (WIPO).

Регистрацията на търговска марка действа за срок от десет години, считано от датата на подаване на заявката, и може да бъде подновявана неограничено за следващи периоди от десет години срещу заплащане на такса съгласно тарифа на съответното ведомство.

Предвид гореизложеното, притежателят на регистрирана словна марка /с името на видеоигра/ има правото да използва търговската марка на определена територия, да се разпорежда с нея и да забрани на всяко трето лице, включително конкурент, разработващ на игри, да използва същата или сходна марка в рамките на същата територия. Същото важи, ако се регистрира като марка звуков сигнал или изображения на герои, характерни за съответната игра.

Някои от най-разпространените търговски марки на Нинтендо /Nintendo Co., Ltd/, например, са: Nintendo®, Game Boy®, Super NES®, Super Mario Bros ®, Mario ®, MARIO KART®, etc. Nintendo Co., Ltd. не е регистрирало само изброените словни марки, но и различни изображения на Марио от емблематичната видеоигра "Супер Марио Брос" от 1985г.

През февруари 2016 г. Nintendo Co., Ltd подаде заявка до Японското патентно ведомство ("JPO"), за регистрация на търговска марка на емблематичния звуков ефект от две ноти, който се чува всеки път, когато Марио събира монета. Доскоро японският закон за търговските марки не позволяваше регистрирането на нетрадиционни марки като цветове или звуци. Новото законодателство обаче, в сила от април 2015 г., разшири определението за търговска марка. Това означава, че всички разработчици на видеоигри на японския пазар, които са използвали в собствените си игри звуковия ефект, добре познат на феновете на видеоиграта "Супер Марио Брос" от 1985 г., е препоръчително да се възползват от възможността да го променят преди Nintendo Co., Ltd. да регистрира търговската си марка.

Европейското и национално законодателство предоставя възможност за регистрация на нетрадиционни марки като миризми, цветове, звуци и холограми. Известни затруднения създаваше изискването марката да може да бъде изобразена графично, т.е. графично да се представи звук или мирис. На 1 октомври 2017 г., съгласно Регламент (ЕС) 2015/2424<sup>123</sup>,

<sup>123</sup> Регламент (ЕС) 2015/2424 на Европейския парламент и на Съвета от 16 декември 2015 година за изменение на Регламент (ЕО) № 207/2009 на Съвета относно марката на Общността и Регламент (ЕО) № 2868/95 на Комисията за прилагане на Регламент (ЕО) № 40/94 на Съвета относно марката на Общността и за отмяна на Регламент (ЕО) № 2869/95 на Комисията относно таксите, събирани от Службата за хармонизация във вътрешния пазар (марки и дизайн).

формулировката „изискване за графично представяне“ беше премахната и така се улесни процедурата по регистрация на марка на Европейския съюз, състояща се от миризми, цветове, звуци и холограми. В текста на българския ЗМГО към настоящия момент е запазено изискването за графично изобразяване на марката (виж.чл. Чл. 9. (1) ), но доколкото цитираният по-горе Регламент е влязъл в сила законодателен акт на Европейския съюз, който е незабавно изпълним във всички държави членки едновременно, считам, че това изискване не следва вече да се прилага и на национално ниво.

Следва също да се обърне внимание, че търговската марка не е домейн име. Както се спомена по-горе, търговската марка е знак, който е способен да отличава стоките или услугите на едно лице от тези на други лица.

Домейн името представлява закупуването на право на притежание на име в интернет за определено време. Използва се като онлайн канал за дистрибуция на стоки и услуги. Домейн име се регистрира пред съответния домейн регистрант, то е уникално и може да бъде достъпно по цял свят чрез световната мрежа. В тази връзка, с цел да се избегнат евентуални бъдещи проблеми е препоръчително преди регистрацията на желания домейн да се извърши проучване както за наличието на вече регистрирана търговска марка, така и за наличието на регистрирано търговско дружество със същото име. Няма пречка домейн името да съвпада с марка, когато притежателят на правата върху марката и върху домейн името е едно и също лице, както и в случаите на изрично съгласие за това.

Защита при колизия между търговски марки и домейн имена може да се търси по няколко различни начина. Най-простият и бърз способ е уреждане на спора доброволно между страните чрез споразумение. Разбира се, отнасянето на спора към съда е най-сигурното средство за постигане на стабилно и противопоставимо на всички решение. Като алтернатива на съдебната процедура, Световната Организация за интелектуална собственост (WIPO) предлага разрешаването на конфликти между домейн имена и търговски марки да става по реда на една административна процедура известна като Uniform Domain Name Dispute Resolution Policy (UDRP). Тази процедура е в сила от 1 декември 1999 година, но в никакъв случай не преклудира правото на заинтересованите лица да поискат независимо разглеждане на спора от съда.

#### **Г/ Патенти и Полезни модели**

Патентната закрила не е сред най-използваните по отношение на видеоигрите. За разлика от САЩ, Индия, Южна Корея и Филипините, по-голямата част от законодателствата по индустриална собственост в света изрично изключват компютърните програми/ видеоигри от кръга на патентоспособните изобретения.

Като патентоспособни изобретения по смисъла на чл. 6, ал. 2 от Закона за патентите и регистрацията на полезни модели (ЗППМ) изрично са изключени: «планове, правила и методи за интелектуална дейност, за игри или за делова дейност и компютърни програми». Европейската патентна конвенция (чл.52, ал 2) също изрично изключва от кръга на патентоспособните изобретения: компютърните програми, резултатите от художествено творчество, планове, правила и методи за умствена дейност, играене на игри или делова дейност, представянето на информация, открития и математическите методи.

През юли 2005 г. Европейският парламент отхвърли почти с единодушие Директивата за патентоспособност на изобретенията, свързани с компютри<sup>124</sup>, известна като Директива за софтуерните патенти, което сложи край на тригодишни разисквания по темата.

Трябва да се отбележи обаче, че въпреки категоричността на разпоредбата на Европейската патентна конвенция, Европейското Патентно Ведомство (ЕПО) е регистрирало редица патенти, включително свързани с видеоигри, например издаденият на Konami Co., Ltd. Европейски патент за футболна видеоигра (EP 1703429 A2).

<sup>124</sup> Directive of the European Parliament and of the Council on the patentability of computer-implemented inventions

След анализ на регистрираните европейски патенти, свързани с видеоигри, може да се направи заключението, че получаването на такъв патент е възможно само при конзолните игри, доколкото съществува специфичен хардуер, в който е инкорпорирана играта, отговарящ на нормативно определени условия<sup>125</sup>.

Патентът е документ, който държавата издава на заявителя в уверение на това, че е преценено, че предложението му притежава признаците на изобретение и може да получи правна закрила. Патентът удостоверява изключително право на притежателя му върху изобретението. Това изключително право включва в себе си: правото на използване на изобретението, забрана изобретението да бъде използвано от други лица без съгласието на патентоприетателя и правото на патентоприетателя да се разпорежда с патента. Разпореждането с патента включва продажбата му, преотстъпване на правото за използването му /даване на лицензия/, подаване на молба за лицензионна готовност<sup>126</sup>.

Срокът на действие на патента е 20 години от подаването на заявката пред Патентно ведомство. Срокът е повсеместно установен почти в целия свят. Удължаване е допустимо само на действие на патенти в областта на фармацевтиката и прастителната защита.

Ако обаче хардуерът не отговаря на условията за получаване на патент, съществува правната възможност за регистрация на същото изобретение като полезен модел, т.нар. „малък патент“. Той също дават изключително право на притежателя му да се разпорежда с обекта за определен период от време. Различията между патента и полезния модел са главно в срока на действието им и в изискванията за издаването им.

Правна закрила на полезен модел се предоставя чрез регистрация в Патентното ведомство. Срокът на действие на регистрацията на полезния модел е 4 години от датата на подаване на заявката. Той може да бъде продължен за 2 последователни периода от по 3 години. Общият срок на закрила не може да надхвърля 10 години от датата на подаване на заявката.

Полезните модели са смятани за удобен инструмент за малките и средни предприятия, тъй като са икономичен начин тези дружества да се възползват от правната защита на индустриалната собственост. В САЩ полезният модел не съществува като правен институт.

## ЗАКЛЮЧЕНИЕ

В заключение, авторът на настоящия реферат счита, че динамичното развитие в сектора с видеоигри и все по-високите приходи, които реализира гейм индустрията, изискват както създаването на специална регулаторна рамка, която да създаде подходяща среда за инвеститорите в сектора и компаниите, занимаващи се с разработване на видеоигри, така и разглеждане на проблема на ниво юриспруденция.

## REFERENCES

[1] Ashley Saunders Lipson and Robert D. Brain, “Computer and Video Game Law – Cases, Statutes, Forms, Problems and Materials”, by Carolina Academic press, 2009, p. 54.

[2] Andy Ramos, Laura López, Anxo Rodríguez, Tim Meng and Stan Abrams, “The Legal Status of Video Games: Comparative Analysis in National Approaches”, WIPO Magazine 2013; Copyright (Excluded Works) Order of 2008;

[3] Sarakinov, Georgi Patentno pravo v Republika Bulgariya - 5 prerab. i dop. izd. - Sofiya : Sibi, 2010;

[4] Stanovishte na KZK относно Предложение за Директива на Европейският парламент и на Съвета

<sup>125</sup> Тези условия са:

- „програмата“ да не е заявена сама по себе си;
- „програмата“ да е част или да е инкорпорирана в изобретение (техническо устройство, метод), с оглед на доказването на технически характер;
- изобретението, в което е инкорпорирана „програмата“, да отговаря на критериите за патентоспособност.

<sup>126</sup> Саракинов, Георги Патентно право в Република България - 5 прераб. и доп. изд. - София : Сиби, 2010;



otnosno zakrilata na nerazkriti nou-khau i tŭrgovska informatsiya (taĭni) sreshtu tyakhnoto nezakonno pridobivane, izpolzване i razkrivane; [5] Ben Clarke, Christian Rouffaer and François Sénéchaud, “Beyond the call of duty: Why shouldn’t video game players face the same dilemmas as real soldiers?”, in Review of the Red Cross, Vol 94, Number 886, Summer 2012;

[6] David Greenspan, “Mastering the Game: Business and Legal Issues for Video Game Developers”, Creative industries – No. 8, WIPO Magazine 2/2014;

[7] David Greenspan, S. Gregory Boyd, Jas Purewal, „Video Games and IP: A Global Perspective“, in WIPO Magazine 2/2014;

[8] James Wexler, „Artificial Intelligence in Games: A look at the smarts behind Lionhead Studio’s “Black and White” and where it can and will go in the future“;

[9] Zakon za zashtita na konkurentsiyata

[10] Zakon za avtorskoto pravo i srodnite mu prava

[11] Zakon za markite i geografskite oznacheniya

[12] Zakon za patentite i registratsiyata na poleznite modeli

[13] Reglament (ES) 2015/2424 na Evropeĭskiya parlament i na Sŭveta ot 16 dekemvri 2015 godina za izmenenie na Reglament (EO) № 207/2009 na Sŭveta otnosno markata na Obshtnostta i Reglament (EO) № 2868/95 na Komisiyata za prilagane na Reglament (EO) № 40/94 na Sŭveta otnosno markata na Obshtnostta i za otmyana na Reglament (EO) № 2869/95 na Komisiyata otnosno taksite, sŭbirani ot Sluzhbata za kharmonizatsiya vŭv vŭtreshniya pazar (marki i dizain).

---