

# Autortiesības un audiovizuālais tirgus e-komercijas vidē

2017-03-16

**Preču un pakalpojumu aprakstu, attēlu un dažādu audiovizuālu darbu aprite, izmantojot elektroniskos sakaru līdzekļus, kā arī šo materiālu ievietošana komersanta mājaslapā var būt saistīta ar risku, ka trešā persona centīsies tos izmantot bez atļaujas.**

Līdz ar to šī raksta mērķis ir iepazīstināt komersantus ar vienu no efektīvākajiem tiesību aizsardzības veidiem e-komercijas vidē – autortiesībām, kā arī analizēt dažādos autortiesības regulējošajos normatīvajos aktos noteiktās prasības.

Autortiesību regulējums Eiropas Savienībā (ES) galvenokārt noteikts:

- Eiropas Parlamenta un Padomes [Direktīvā 2001/29/EK](#) par dažu autortiesību un blakustiesību aspektu saskaņošanu informācijas sabiedrībā jeb *InfoSoc* direktīvā;
- Eiropas Parlamenta un Padomes [Direktīvā 2004/48/EK](#) par intelektuālā īpašuma tiesību piemērošanu.

Šo direktīvu regulējums ir iekļauts [Autortiesību likumā](#) un [Civilprocesa likumā](#) (CPL).

## Kam pieder autortiesības?

Jebkura aizsargājamā darba autors ir fiziskā persona, kuras radošās darbības rezultātā radīts konkrēts darbs. Parasti komersanti izmanto darbu, pamatojoties uz licenci, t.i., autortiesību subjekta atļauju. Autortiesību pārkāpums rodas, ja nav iegūta attiecīga atļauja autora darba izmantošanai, kā arī tad, ja tiek pārkāptas autora personiskās tiesības, piemēram, izkropļojot, sagrozot vai citādi pārveidojot autora darbu.

## Autortiesību aizsardzība

Atļaujas iegūšana autora darba izmantošanai nenodrošina komersanta imunitāti pret iespējamajiem autortiesību pārkāpumiem. Proti, ja komersants ir vienojies ar autoru, piemēram, par konkrēta attēla, grafikas vai video materiāla ievietošanu savā mājaslapā, bet vēlāk tos koriģē, apstrādā vai pilnveido pēc sava ieskata, autoram ir tiesības veikt pretdarbību šādai sava darba pārveidošanai. Pretdarbība parasti izpaužas kā:

- tiesības aizliegt savu darbu izmantošanu;
- tiesības prasīt, lai pārkāpējs atlīdzina radušos zaudējumus un morālo kaitējumu, kuru apmērs nosakāms saskaņā ar [Civillikumu](#).

Tāpat, ja ir pamats uzskatīt, ka intelektuālā īpašuma tiesību subjekta tiesības tiek pārkāptas vai varētu tikt pārkāptas, tiesa pēc prasītāja motivēta pieteikuma var pieņemt lēmumu par pagaidu aizsardzības līdzekļa noteikšanu saskaņā ar CPL [250.<sup>10</sup>pantu](#). Pagaidu aizsardzības līdzekļi ir:

- tādas kustamas mantas apķīlāšana, ar kuru, iespējams, tiek pārkāptas intelektuālā īpašuma tiesības;
- pienākums atsaukt preces, ar kurām, iespējams, tiek pārkāptas intelektuālā īpašuma tiesības;
- aizliegums veikt noteiktas darbības gan atbildētājam, gan personām, kuru sniegtie pakalpojumi tiek izmantoti, lai pārkāptu intelektuālā īpašuma tiesības, vai personām, kas padara iespējamu šāda pārkāpuma izdarīšanu.

Autortiesību aizsardzība ir noteikta arī citos normatīvajos aktos. Krimināllikuma [148.pantā](#) ir paredzēts sods par autortiesību un blakustiesību pārkāpšanu, ja ar to radīts būtisks kaitējums ar likumu aizsargātajām interesēm. Kriminālprocesa likuma [125.panta](#) 2.daļā noteikta fakta legālā prezumpcija, saskaņā ar kuru ir uzskatāms par pierādītu, ka persona ir pārkāpusi tiesiskā īpašnieka autortiesības un blakustiesības, ja vien tā nespēj ticami izskaidrot vai pamatot šo tiesību iegūšanu vai izcelsmi. Arī Latvijas Administratīvo pārkāpumu kodeksa [155.<sup>8</sup>pantā](#) par autortiesību vai blakustiesību pārkāpšanu noteikta atbildība gan fiziskajām, gan juridiskajām personām.

Tāpat komersantiem ir jāņem vērā autortiesību pārkāpumu riski saistībā ar bezmaksas *wi-fi* tīkla nodrošināšanu. Eiropas Savienības Tiesas 15.09.2016. [spriedumā lietā Nr.C-484/14](#) (*Tobias Mc Fadden* pret "Sony Music Entertainment Germany" GmbH) noteikts, ka komersanti, kas saviem klientiem piedāvā bezmaksas bezvadu interneta piekļuvi, var būt atbildīgi par klientu veiktajiem autortiesību pārkāpumiem. Šie secinājumi atbilst Eiropas Parlamenta un Padomes [Direktīvā 2000/31/EK](#) par dažiem informācijas sabiedrības pakalpojumu tiesiskiem aspektiem, jo īpaši elektronisko tirdzniecību, iekšējā tirgū (Direktīva par elektronisko tirdzniecību) un Informācijas sabiedrības pakalpojumu likuma [10.pantā](#) noteiktajai starpnieka pakalpojuma sniedzēja atbildībai.

Nobeigumā jānorāda, ka, veidojot vienotu digitālā tirgus stratēģiju, Eiropas Komisija (EK) kā vienu no nākotnes attīstības jomām paredzējusi tieši pienākuma rīkoties atbildīgi noteikšanu tiešsaistes platformām. ES autortiesību noteikumu pielāgošana digitālajam laikmetam vēl aizvien tiek pastāvīgi pilnveidota, taču EK rīcības plāns ir saprotams jau šobrīd. Autortiesību modernizēšanas plānu pamatā veido 4 elementi:

- piekļuves satura paplašināšana visā ES, lai dažādi tiešsaistes pakalpojumi, piemēram, mūzika, filmas un seriāli, būtu pieejami visās dalībvalstīs;
- izņēmumu noteikumu paplašināšana, lai nevajadzētu saņemt iepriekšēju atļauju no tiesību turētājiem ar autortiesībām aizsargātu darbu izmantošanai izglītības un pētniecības jomās (tostarp inovatīvu tiešsaistes kursu piedāvāšanā, kas arī vērtējama, izmantojot e-komercijas prizmu);
- godīgāka tirgus izveide;
- cīņa pret pirātismu.

Tādējādi e-komercijas vidē jau šobrīd efektīvi darbojas autortiesību aizsardzība, kuras tvērums ES līmenī tiek pastāvīgi precizēts un pilnveidots. Vienlaicīgi jāievēro, ka papildus autortiesībām e-komercijas vidē pastāv arī citi efektīvi tiesību aizsardzības mehānismi, piemēram, komercnoslēpuma statusa piešķiršana noteiktām saimnieciska, tehniska vai zinātniska rakstura lietām saskaņā ar Komerclikuma [19.pantu](#) vai preču zīmju reģistrācija atbilstoši [likumam](#) "Par preču zīmēm un ģeogrāfiskās izcelsmes norādēm".