

Секция «Юриспруденция»

Товарные знаки и доменные имена: конфликт индивидуализирующих обозначений

Грыжина Мария Сергеевна

Студент

*Финансовый Университет при Правительстве РФ, Юридический факультет,
Москва, Россия*

E-mail: 5b5@rambler.ru

Товарные знаки и знаки обслуживания являются одними из наиболее распространенных средств индивидуализации в хозяйственном обороте. В конкурентной среде товарные знаки стали своего рода знаковыми символами, позволяющими отличить одни товары и услуги от других, устанавливать связи между потребителями, изготовителями и продавцами определенных товаров и услуг. Реакция потребителя на символ и, соответственно, на товар или услугу во многом определяет место товаропроизводителя или продавца в рыночной среде. Как известно, выбор потребителем товаров не всегда является рациональным, то есть основанным на характеристиках самого товара или услуги, а определяется его ассоциативным восприятием именно символа, через который строятся представления о товаре или услуге. С этим связан перенос конкуренции из сферы самих товаров и услуг в сферу символов, которые индивидуализируют товары и услуги в рыночной среде.

Естественно, что параллельное использование различными лицами разных видов средств индивидуализации, тождественных или сходных, неизбежно должно влиять на различительную способность каждого из них, причем эффект ослабления этой способности прежде всего будет зависеть от известности каждого из этих средств индивидуализации. Предупреждение такого влияния осуществляется обычно путем запрета регистрации средства индивидуализации, тождественного или сходного со средством индивидуализации другого типа (например, запрет регистрировать товарные знаки, совпадающие с фирменными наименованиями, и наоборот).

Такая конкуренция может быть не только между товарными знаками, но и между товарными знаками и отдельными результатами интеллектуальной деятельности, а также средствами индивидуализации. Это касается в первую очередь объектов, которые являются смежными по отношению к товарным знакам, то есть обозначений, в отношении которых возможна параллельная правовая охрана как товарных знаков и как иных объектов интеллектуальной собственности (например, как фирменных наименований, коммерческих обозначений, объектов авторского права, промышленных образцов и др.).

Подобные коллизии возникают также в случаях конфликта товарных знаков и таких результатов интеллектуальной деятельности и средств индивидуализации как доменные имена.

С растущей популярностью сети Интернет наблюдается прямая зависимость количества судебных разбирательств по спорам о доменах. На сегодняшний день статистика показывает около 10-12 судебных заседаний в месяц[8]. Иногда слушания растягиваются на годы. Дела рассматриваются как в Москве и Московской области, так и в других

городах России. При этом РосНИИРОС или Ru-CENTER (а иногда и сразу обе организации) как третье лицо принимают участие в 99% дел[11].

Основные ситуации конфликта между товарными знаками и доменными именами можно разделить на три группы. К первой относятся случаи, когда владельцы не в состоянии использовать знаки в качестве адресов, поскольку эти обозначения уже присвоены третьими лицами (так называемыми киберзахватчиками), не имеющими права или даже намерения их фактически применять и рассчитывающими лишь на получение денег от продажи адресов владельцам знаков. Ко второй категории относятся случаи, когда владельцы не могут применять знаки в качестве адресов, поскольку соответствующие обозначения уже зарегистрированы третьими лицами, которые имеют законные права на использование тех же знаков, предназначенных для маркировки неоднородных товаров или услуг. К третьей категории относятся случаи, когда владельцы знаков, зарегистрировавшие их в качестве адресов, сталкиваются с неумышленным использованием сходных адресов иных правообладателей, способных ввести в заблуждение.[2]

Базу исследования составил анализ практики российских арбитражных судов, решения Центра арбитража и посредничества ВОИС, принятые в соответствии с документом "Единая политика разрешения споров в отношении доменных имен"(Uniform Domain Name Dispute Resolution Policy - UDRP)[7].

Результатом исследования явилось исследование отношений, возникающих в случае коллизий прав на товарный знак с правами на результаты интеллектуальной деятельности и средства индивидуализации – доменные имена. Осмыслены и обобщены теоретические подходы к проблеме, выработаны предложения по совершенствованию российского законодательства.

Литература

1. Гражданское право: учеб. под ред. А.П. Сергеева. М., 2009.
2. Калятин, В. О. Изменения системы объектов интеллектуальных прав в связи с принятием четвертой части Гражданского кодекса // Закон. 2007. № 4. С. 70 – 75.
3. Мерзликина, Р. А. Концепция развития права интеллектуальной собственности в системе гражданского права России // Государство и право. 2007. № 3. С. 90 – 95.
4. Садовский, П. В. Четвертая часть ГК РФ и действующее законодательство: проблема соотношения прав на средства коммерческой индивидуализации // Закон. 2007. № 10. С. 45 – 48.
5. Судариков, С. А. Право интеллектуальной собственности : учеб. [для вузов]. М., 2008.
6. Чайков, М. Ю. Авторское право на средства индивидуализации // Юрист. 2007. № 11. – С. 41–43.
7. Всемирная организация интеллектуальной собственности: <http://www.wipo.int/portal/index.html>
8. Высший Арбитражный Суд Российской Федерации: <http://www.arbitr.ru>

Конференция «Ломоносов 2011»

9. Консультант Плюс: <http://www.consultant.ru>
10. Российская библиотека интеллектуальной собственности: <http://www.rbis.su>
11. Российский НИИ развития общественных сетей: <http://www.ripn.net>