

УДК 347.772

**ПРАВОВЫЕ ПРОБЛЕМЫ РЕГИСТРАЦИИ ПСЕВДОНИМОВ И ИМЁН В
КАЧЕСТВЕ ТОВАРНЫХ ЗНАКОВ****Пономаренко Виктория Олеговна**

магистрантка

1 курс, юридический институт

Белгородский государственный национальный исследовательский университет

(г. Белгород, Россия)

1303421@bsu.edu.ru

Аннотация

В статье рассматривается неточность понятия «регистрация псевдонима в качестве товарного знака», определяется разность юрисдикций псевдонима и товарного знака, раскрывается их правовая сущность и природа. Также в статье даются комментарии по поводу ближайших нововведений в четвёртой части Гражданского кодекса России, предоставляющих возможность регистрировать имена и псевдонимы в качестве товарных знаков не только для индивидуальных предпринимателей и юридических лиц. К тому же автором рассматриваются проблемные аспекты правового регулирования регистрации псевдонимов и имён исторических личностей в качестве товарных знаков, а также предлагаются возможные пути решения данных проблем.

Ключевые слова: товарный знак, псевдоним, имя, историческая личность, регистрация, исключительное право, роспатент, законодательство.

**LEGAL PROBLEMS OF REGISTRATION OF PSEUDONYMS AND NAMES AS
TRADEMARKS****Victoria O. Ponomarenko**

Master's student

1st year, law institute

Belgorod State National Research University

(Belgorod, Russia)

1303421@bsu.edu.ru

ABSTRACT

The article examines the inaccuracy of the concept of "registration of a pseudonym as a trademark", defines the difference between the jurisdictions of a pseudonym and a trademark,

reveals their legal essence and nature. The article also provides comments on the upcoming innovations in the fourth part of the Civil Code of Russia, which provide an opportunity to register names and pseudonyms as trademarks not only for individual entrepreneurs and legal entities. In addition, the author examines the problematic aspects of the legal regulation of the registration of pseudonyms and names of historical figures as trademarks, and also suggests possible ways to solve these problems.

Keywords: trademark, pseudonym, name, historical personality, registration, exclusive right, Rospatent, legislation.

Современное состояние шоу-бизнеса сопряжено с принятием ряда интересных юридических решений, в частности это касается регистрации псевдонима в качестве товарного знака. Интерес в данном случае выражается в том, что сам по себе псевдоним не может быть зарегистрирован с целью его дальнейшей правовой защиты, мы можем говорить лишь только о регистрации какого-либо словесного обозначения в качестве товарного знака (которое отождествляется, собственно, со словесным обозначением псевдонима).

В этом контексте важно понимать, что товарный знак, в отличие от псевдонима, наделён определённым материальным содержанием. При этом псевдоним является нематериальным благом, который сам по себе не используется с целью, например, рекламирования или гарантирования качества какой-либо продукции, – подобный функционал возникает только с момента регистрации в качестве товарного знака. По данному поводу уместно упомянуть замечание Рожковой М. о том, что неимущественные права на псевдоним могут возникнуть у гражданина только в силу его постоянного использования (об этом также упоминал Левушкин А.) [5, с. 28].

Также важно понимать, что право на псевдоним никак, по своей сути, не связан с интеллектуальным правом, поскольку псевдоним сопоставим с правом на имя (что следует, собственно, из смысла статьи 19 ГК РФ) [1]. Принадлежность псевдонима не сопрягается с наличием каких-либо исключительных прав у гражданина, в данном случае мы имеем дело с личными неимущественными правами.

Принадлежность товарного знака связано с наличием у правообладателя определённых исключительных прав. Неверным будет и рассматривать псевдоним в качестве объекта авторского права, поскольку перечень таких объектов является исчерпывающим и при этом указание на псевдоним отсутствует. Поэтому нам представляется, что выражение «зарегистрировать псевдоним в качестве товарного знака» является не совсем точным, его использование является вынужденным обстоятельством, поскольку это, например, упрощает взаимодействие между клиентами и юристами и т.д.

При этом о возможностях регистрации псевдонимов в качестве товарных знаков в научной литературе ведётся речь достаточно давно. К примеру, ещё в 2014 году Мотылькова А.В. отмечала в своей научной работе, что в следствии нарастание конкуренции в отечественном бизнесе, применение товарных знаков существенно возросло – что, в том числе, касается и регистрации псевдонимом в качестве товарных знаков [4, с. 29].

Актуальность рассматриваемой темы работы обосновывается также и тем, что в 2023 году вступят в силу изменения, внесённые в четвертую часть Гражданского кодекса России

(далее – ГК РФ). Указанные изменения позволят регистрировать товарный знак не только индивидуальным предпринимателям и юридическим лицам, но и, например, самозанятым гражданам, что существенно увеличивает возможности авторов с псевдонимами. Сейчас же регистрация товарного знака для некоторых авторов вызывает определённые трудности, например, в отношении процесса получения товарного знака на свой псевдоним.

Примечательно, что нежелание некоторых авторов (например, музыкантов) участвовать в подобных сложных юридических процедурах, становится одной из предпосылок дальнейших споров с их контрагентами (например, лейблами). Так, товарный знак в виде псевдонима может быть зарегистрирован не только на имя самого, например, исполнителя, но и его лейбла. В дальнейшем, если исполнитель пожелает расторгнуть контракт, то лейбл вправе оставить право на товарный знак за собой, а исполнитель фактически останется без своего псевдонима. В отечественной практике происходила (полагаем, и продолжает происходить) описываемая ситуация.

В качестве примера целесообразно упомянуть ряд широко известных судебных споров Blackstar [3, с. 67]. Однако с 2023 года подобные судебные споры, представляется, будут в некоторой степени уменьшены благодаря изменениям, внесённым в статью 1477 ГК РФ (при этом утрачивает силу статья 1478) [ГК]. Можно сказать, что одна из проблем в сфере регистрации псевдонима в качестве товарного знака была решена, однако присутствуют и иные проблемы, разработать решение которых только предстоит законодателю. И в этом контексте целесообразно рассмотреть одну из достаточно злободневных проблем, которая присутствует в сфере регистрации псевдонима (имени) в качестве товарного знака.

Одна из проблем кроется в перечне обстоятельств, служащих основанием для отказа в регистрации товарного знака. Так, из положений гражданского законодательства следует, что как товарный знак не может быть зарегистрировано обозначение, которое совпадает с именем, псевдонимом определённого известного человека в России (это не единственное основание для отказа в регистрации товарного знака, однако оно является наиболее проблемным). Проблема заключается в том, что существуют определённые трудности: во-первых, в определении известности какого-то имени или псевдонима; а, во-вторых, существуют ли какие-то определённые «пределы» этой известности. Так, первая проблема комментируется Бакониной М.В., с её точки зрения существует два возможных подхода к оценке знаменитости псевдонима или имени.

Первый подход заключается в определении критерия знаменитости при помощи срока действия исключительного права на произведения, с которым прочно ассоциируется конкретное произведение [2, с. 59].

На наш взгляд, указанный подход является в корне неверным, поскольку, во-первых, известность имени и псевдонима может существовать гораздо дольше исключительного права (условно говоря, Пушкин А.С. и к настоящему времени является крайне известной творческой личностью, однако речи о наличии каких-либо исключительных прав на его произведения, естественно, не идёт).

Во-вторых, нет никакой прямой сущностной связи между известностью и сроком действия исключительного права на произведения. Исключительное право является набором возможных действий, которые могут осуществляться по отношению к результату интеллектуальной деятельности, известность же отражает повсеместную осведомлённость общества о каком-либо факте (в данном случае расхожести какой-либо личности с конкретным именем или псевдонимом).

В-третьих, комментируемый подход объясняет понятие известности только в контексте тех носителей имён и псевдонимов, которые осуществляли какую-либо творческую деятельность. Однако известность может быть сопряжена и с, например, политической деятельностью. Так, в 2011 году было отказано в регистрации торгового знака «Пут-ин-пот» и «Put-in-pot», поскольку была усмотрена связь с фамилией Президента России Владимира Путина (на тот момент он был председателем Правительства России) [6].

В рамках второго подхода понятие «известность» предлагается трактовать в буквальном смысле этого слова (то есть насколько для общества очевидно существование одной отдельной личности под определённым именем или псевдонимом). Однако при таком подходе возникает проблема определения пределов действия «известности» отдельного человека. Дело в том, что известность может быть чрезмерно масштабной (например, Достоевский или Пушкин).

Так, например, Баконина М.В. упоминает в своей работе, что в 2010 году обществом с ограниченной ответственностью была предпринята попытка зарегистрировать товарный знак, который копировал фамилию «Достоевский» на английском языке [2, с. 59]. Изначально палата по патентным спорам отказала обществу в регистрации такой фамилии, однако далее данное решение было оспорено. Баконина М.В. указывает, что в качестве аргумента использовалось, в частности, тот факт, что ранее роспатентом уже были зарегистрированы иные знаменитые фамилии на английском языке (например, фамилия Чайковского) [2, с. 59].

В дальнейшем упомянутое возражение было учтено и товарный знак был зарегистрирован. При этом были случаи, когда правообладатель товарного знака (с элементами имени, псевдонима известной личности), защищал успешно свои права в судебном порядке. Например, положительным результатом окончились судебные споры для компании, которая в 2006 году зарегистрировала товарный знак на фамилию «Пушкина» для деятельности своего кафе.

Спустя некоторое время правообладатель начал подавать иски в отношении иных правообладателей, которые имели сходные товарные знаки по тождественным видам деятельности. Примечательно, что вплоть до кассационной инстанции решения судов выносились в пользу ответчиков, однако в итоге кассационный суд постановил отменить все ранее вынесенные решения [2, с. 60].

К тому же в 2014 году был зарегистрирован в качестве товарного знака псевдоним «Ленин», действие которого к настоящему моменту продолжается [7].

Все перечисленные случаи вызывают самый главный вопрос: почему при регистрации подобных товарных знаков игнорируются положения ст. 1483 ГК РФ? Если мы исходим из формальных предписаний, то при регистрации упомянутых товарных знаков должно было быть отказано. Представляется, что применение пп. 2 п. 9 ст. 1483 ГК РФ (в её нынешней редакции) не представляется возможным [1]. Указанный пункт сформулирован таким образом, что при регистрации какого-либо известного имени, псевдонима (независимо от того, в каком времени жила, связанная с этим именем или псевдонимом, личность), придётся всегда обращаться к наследникам. Примечательно, что гипотетически все товарные знаки, где используется фамилия «Пушкин» могут быть по требованию последнего потомка Пушкина А.С. (Пушкина А.А.) прекратили своё действие. Фактически приведённые ранее примеры из практики дают нам основание утверждать, что пп. 2 п. 9 ст. 1483 ГК РФ имеет лишь частичную силу, поскольку её действие скорее направлено на

те случаи, когда известное имя или псевдоним связано с личностью, жившей (живущей) относительно недавно [1].

Таким образом, мы можем прийти к выводу, что состояние пп. 2 п. 9 ст. 1483 ГК РФ неудовлетворительно, законодателю необходимо внести в данную норму определённые изменения, которые бы уточняли нюансы, связанные с регистрацией псевдонима или имени, например, исторической личности.

Представляется, что на этот счёт у законодателя есть несколько возможных вариантов действий: во-первых, это полное исключение возможности регистрации подобных имён и псевдонимов в качестве товарных знаков (при этом запрет на регистрацию имён и псевдонимов исторических личностей может быть помещён в п. 4 ст. 1483 ГК РФ); во-вторых, это предоставление свободной возможности регистрации товарного знака в виде псевдонима, имени исторической личности без согласия на то законных наследников (но только в тех случаях, когда имя исторической личности очевидно уходит глубоко в историю, например, «Князь Рюрик»), то есть в данном случае критерий известности будет определяться здравым смыслом; в-третьих, возможно определение формальных временных пределов, когда для регистрации какого-то псевдонима или имени исторической личности не требовалось бы разрешение его наследников, например, определять момент возникновения права на регистрацию имени исторической личности в качестве товарного знака спустя 150 лет с момента её смерти.

Нам представляется третий вариант наиболее рациональным, поскольку конкретный временной промежуток позволит объективно отделять те случаи, когда потребуется согласие наследников (при их наличии) от тех, когда возможность регистрации подобного товарного знака будет дозволена. К тому же считаем целесообразным ограничивать возможность регистрации подобных товарных знаков по определённым классам товаров, например, алкогольной продукции.

Список литературы:

1. Федеральный закон от 18.12.2006 № 230-ФЗ: «Гражданский кодекс (часть третья)» // Собрание законодательства РФ. 2006. № 52 (1 ч.). ст. 5496.
2. Баконина М. В., Котенева О. Е., Николаев А. С. проблемы регистрации в РФ товарных знаков, сходных с именем известного в России лица // Экономика. Право. Инновации. 2021. №. 2. С. 56-62.
3. Гераськина Д. А. Творческий псевдоним как товарный знак // LXX молодёжная научная конференция, посвящённая 75-й годовщине победы в великой отечественной войне и 100-летию со дня рождения В.П. Лукачёва. 2020. С. 66-67.
4. Мотылькова А. В. Проблемы регистрации в качестве товарных знаков обозначений, тождественных имени или псевдониму лица // Актуальные проблемы современности: наука и общество. 2014. №. 3 (4). С. 29-33.
5. Рожкова М. Использование имени и псевдонима, в том числе в качестве товарного знака // Хозяйство и право. 2017. №. 8. С. 25-34.
6. Предприниматель не смог зарегистрировать товарный знак, похожий на фамилию Путина: <https://pravo.ru/review/view/60296/?ysclid=lb8bfoyrv1802833843> (дата обращения 04.12.2022)

7. Московская патентная служба: <https://www.msp-patent.ru/baza-tovarnyh-znakov.html?base=ru&id=uo7b5e5j38&ysclid=lb9jg8u1m0500450499> (дат обращения 04.12.2022).

References:

1. Federal Law No. 230-fz of 18.12.2006: "The Civil Code (Part Three)" // Collection of Legislation of the Russian Federation. 2006. No. 52 (1 part). Article 5496.
2. Bakonina M. V., Koteneva O. E., Nikolaev A. S. problems of registration in the Russian Federation of trademarks similar to the name of a well-known person in Russia // Economy. Right. Innovation. 2021. No. 2. pp. 56-62.
3. Geraskina D. A. Creative pseudonym as a trademark // LXX youth scientific conference dedicated to the 75th anniversary of victory in the Great Patriotic War and the 100th anniversary of the birth of V.P. Lukachev. 2020. pp. 66-67.
4. Motylkova A.V. Problems of registration as trademarks of designations identical to the name or pseudonym of a person // Actual problems of modernity: science and society. 2014. No. 3 (4). pp. 29-33.
5. Rozhkova M. The use of a name and a pseudonym, including as a trademark // Economy and law. 2017. No. 8. pp. 25-34.
6. The entrepreneur could not register a trademark similar to Putin's surname: <https://pravo.ru/review/view/60296/?ysclid=lb8bfoyrv1802833843> (accessed 04.12.2022)
7. Moscow Patent Service: <https://www.msp-patent.ru/baza-tovarnyh-znakov.html?base=ru&id=uo7b5e5j38&ysclid=lb9jg8u1m0500450499> (accessed 04.12.2022).