

## ИДЕНТИФИКАТОРЫ: ВСЕ ЛИ НАДО ОТНОСИТЬ К ОБЪЕКТАМ ИНТЕЛЛЕКТУАЛЬНОЙ СОБСТВЕННОСТИ?\*

### АННОТАЦИЯ

Автор исследует свойства такой категории, как «идентификатор». В статье обосновывается ошибочность отнесения идентификаторов к объектам интеллектуальной собственности.

КЛЮЧЕВЫЕ СЛОВА: идентификатор, интеллектуальные права.

### ANNOTATION

The author researches the characteristics of such category as identifier. The article concerns the problem of the fallacy of identifiers attribution to the intellectual property.

KEY WORDS: identifier, intellectual property.

В отечественной литературе нередко встречаются суждения о необходимости расширения перечня «средств индивидуализации, приравненных к результатам интеллектуальной деятельности» за счет включения в него иных объектов. Например, предпринимаются попытки распространить указанное понятие на доменные имена<sup>1</sup>, названия средств массовой информации и наименования лекарственных средств<sup>2</sup> и т. п.

Вместе с тем, как было доказано ранее, выражение «средства индивидуализации, приравненные к результатам интеллектуальной деятельности», которое используется в части четвертой ГК РФ для обозначения одной из групп объектов интеллектуальной собственности, явно не совпадает с понятием «средства индивидуализации», традиционно применяемым в отечественном гражданском праве<sup>3</sup>. О средствах индивидуализации, если понимать под индивидуализацией выделение (обособление) кого-либо или чего-либо по индивидуальным признакам<sup>4</sup>, допустимо говорить применительно к субъектам права (физическим и юридическим лицам), а также к индивидуализированным вещам (родовым вещам, обладающим индивидуальными признаками). В то же время обозначения, наделяющие товары (работы, услуги) дополнительными родовыми признаками, образующими их группу в ряду аналогичных и способствующих повышению их продаж, правильно именовать маркетинговыми обозначениями. Стоит подчеркнуть и то, что средства индивидуализации (в традиционном гражданско-правовом их понимании) сами по себе не могут рассматриваться как *объекты гражданских прав*, поскольку являются лишь инструментом, с помощью которого происходит индивидуализация. И напротив, маркетинговые обозначения представляют

\* Работа проводилась при финансовой поддержке Министерства образования и науки Российской Федерации за счет средств государственного задания на выполнение НИР по проекту 1865.

<sup>1</sup> См., например: Серго А. Г. Доменные имена. – М., 2013. С. 149-150; Калятин В. О. Проблемы регулирования доменных имен в гражданском законодательстве // Вестник гражданского права. 2006. № 2.

<sup>2</sup> В частности, задавшись вопросом, соответствуют ли следующие обозначения: «торговое наименование лекарственного средства, название средств массовой информации.., названия судов внутреннего водного транспорта, названия морских судов, знак соответствия, знак обращения на рынке, имя гражданина, наименование некоммерческой организации, название паевого фонда, доменное имя, наименование селекционного достижения» – необходимым признакам, являющимся существенными для средств индивидуализации, приравненных к результатам интеллектуальной деятельности, Р. Хасанов дает на него положительный ответ. – См.: Хасанов Р. А. Средства индивидуализации как объекты гражданских прав: постановка проблемы // Правовая защита интеллектуальной собственности: проблемы теории и практики: Сборник материалов II Международного юридического форума. – М., 2014. С. 160.

<sup>3</sup> См. подробнее: Рожкова М. Категория «средства индивидуализации, приравненные к результатам интеллектуальной деятельности»: упущение законодателя или ошибка разработчиков? // Хозяйство и право. 2014. № 11. С. 19-26.

<sup>4</sup> Крысин Л. П. Толковый словарь иноязычных слов. – М.: Эксмо, 2008.

собой объекты гражданских прав, входя в группу объектов интеллектуальной собственности.

Введение в отечественное законодательство в качестве обобщающего термина столь неудачного выражения, как «средства индивидуализации, приравненные к результатам интеллектуальной деятельности», по всей видимости, стало следствием неточного перевода часто встречающегося в иностранной литературе термина «идентификатор» (англ. identifier – опознаватель, указатель).

Действительно, среди множества идентификаторов, используемых в зарубежных правовых системах, есть такие, которые прямо относятся к интеллектуальной собственности.

Однако заимствование иностранного термина, неверно переведенного без «привязки» к отечественному праву, как обычно создало массу проблем с уяснением его содержания, что негативно сказалось на формировании судебной практики, а следовательно, и на возможности эффективной защиты прав лицами, интеллектуальные права которых были нарушены. С учетом этого некоторые пояснения в отношении идентификаторов не будут лишними.

Анализ различных источников позволяет разграничить идентификаторы, используемые в отечественной практике, на две группы – уникальные и родовые. Причем надо отметить, что и уникальные, и родовые идентификаторы могут входить в систему кодирования (с последовательным использованием букв, цифр, слов и (или) символов), где каждый код содержит определенные данные о субъекте или объекте, либо назначаться произвольно – и тогда идентификатор не несет в себе никаких данных. В большинстве случаев идентификатор, входящий в систему кодирования, имеет наименование «номер» (код), «идентификационный номер» (ID code) и т. п.

К **уникальным** относятся те идентификаторы, которые позволяют установить, выявить, опознать конкретного субъекта или конкретный объект, в частности:

- средства индивидуализации субъектов права – это, прежде всего, имя и фамилия физического лица и фирменное наименование организации [причем к средствам индивидуализации относятся также и уменьшительно-ласкательное имя, прозвище человека и сокращенное фирменное наименование (либо фирменное наименование того же юридического лица на иностранном языке)], даты рождения, брака, смерти;
- номер паспорта (документа, его заменяющего);
- идентификационный номер налогоплательщика (ИНН) – уникальный цифровой код, который позволяет учитывать налогоплательщиков;
- номер социального страхования – уникальный персональный номер, который используется в системе обеспечения поддержки престарелых и нетрудоспособных;
- кадастровые номера земельного участка, дома, жилого помещения в многоквартирном доме;

- регистрационный номерной знак транспортного средства – знак, используемый для учета автотранспортных средств;
- номер автомобильного мотора, номер кузова автомобиля;
- международный стандартный номер книги (ISBN);
- уникальные признаки, индивидуализирующие родовые вещи (например, дарственная надпись и автограф автора на экземпляре своей книги), которые «переводят» этот экземпляр – родовую вещь – в разряд уникальных.

Приведенный список, бесспорно, не является закрытым и может быть продолжен, но важно заметить, что уникальные идентификаторы не входят в круг объектов гражданских прав и, следовательно, однозначно их нельзя отнести к объектам интеллектуальной собственности<sup>5</sup>.

К **родовым** можно причислить те идентификаторы, которые выделяют среди аналогичных товары конкретного производителя или продавца либо работы или услуги конкретного исполнителя, то есть прибавляют к характеристике родовых вещей (являющихся объектами гражданских прав) еще одну дополнительную общую черту. К таким идентификаторам можно отнести, в частности:

- маркетинговые обозначения, в понятие которых на сегодняшний день входят товарные знаки, знаки обслуживания, коммерческие обозначения, наименования мест происхождения товаров;
- универсальный штрих-код (barcode), позволяющий идентифицировать продукцию и страну-производителя<sup>6</sup>;
- указание места производства/происхождения продукции;
- разрешения и лицензии (например, лицензия на право розничной продажи алкогольной продукции);
- клейма [продажа ювелирных изделий допускается только при наличии клейма изготовителя, включающего цифры (год выпуска) и букву (условное обозначение изготовителя)];
- акцизные марки как разновидность фискальных марок, призванные подтверждать не только уплату акцизного сбора на алкогольную и табачную продукцию, но качество и подлинность приобретаемого товара;
- знаки сертификации (в том числе добровольной), которые подтверждают соответствие качества продукции (товаров, работ) установленным требованиям (нормам, стандартам, правилам);
- знаки правовой охраны интеллектуальной собственности (например, © или ®) или указание номера патента на изобретение, воспроизведенное в продукции;
- обозначение полученных наград и дипломов (например, медалей и дипломов по итогам конкурса «Лучший продукт года»).

Как и в случае уникальных идентификаторов, представленный список, конечно, не является исчерпывающим. При этом очевидны различная правовая

<sup>5</sup> В отношении фирменного наименования см. подробнее: Рожкова М., Ворожевич А. Фирменное наименование – «чужой» среди объектов интеллектуальных прав // *Хозяйство и право*. 2014. № 10. С. 57-68.

<sup>6</sup> См.: <http://www.gs1us.org/get-started>

природа, назначение и правовой режим названных родовых идентификаторов, а также то, что далеко не все из них подпадают под понятие объекта прав и допускают передачу (переход) от одного лица к другому.

Рассмотренные идентификаторы выделяют субъектов и объекты в существующей реальности. Но на сегодняшний день и в виртуальном мире идентификаторы находят широкое применение. При этом **виртуальные идентификаторы**, в отличие от **реальных** идентификаторов (уникальных и родовых), нацеленных на выделение, опознание субъектов или объектов прав, имеют целью решение технических задач и используются в системах обработки информации. Из известных большинству читателей виртуальных идентификаторов могут быть, в частности, упомянуты:

- e-mail (сокращение от англ. electronic mail) – уникальный электронный адрес, предназначенный для пользователей независимой службы отправки электронной почты;
- ник (от англ. nickname – первоначально «кличка, прозвище», от среднеанглийского “an eke name” – «другое имя», перешедшее в одинаково звучащее “a nick name”) – псевдоним (сетевое имя), употребляемый пользователем в блогах, форумах, чатах в сети Интернет. Использование ников во многом обусловлено заложенным в самом существовании Интернета принципом анонимности пользователей<sup>7</sup>;
- IP-адрес (сокращение от англ. Internet Protocol Address) – уникальный цифровой код, присваиваемый каждому из сетевых устройств, специального упоминания среди которых заслуживают, прежде всего, серверы (работа которых не требует непосредственного участия человека, при том что они постоянно находятся в сети Интернет), а также персональные компьютеры, мобильные телефоны и иные устройства, предназначенные для использования в сети;
- имя домена или доменное имя (англ. Domain Name) – буквенно-цифровое обозначение пути к конкретному информационному ресурсу в сети Интернет.

Очевидно, что виртуальные идентификаторы, которые представляют собой средства решения технических задач, нельзя отнести к объектам прав.

Однако на сегодняшний день общепризнано, что доменные имена перестали быть только техническим средством и используются в коммерческих целях, что позволило Всемирной организации интеллектуальной собственности (далее – ВОИС) еще в конце 90-х годов прошлого века сделать вывод о том, что имена доменов способны выступать в качестве «бизнес-идентификаторов» и использоваться в рекламе<sup>8</sup>. А уже в 2002 году в отчете ВОИС специально подчеркивалось: «Имена доменов первоначально предназначались для исполнения исключительно технической функции дружественным по отношению к пользователю способом, но поскольку они способны восприниматься

<sup>7</sup> Курбалия И. Управление Интернетом. – М.: Координационный центр национального домена сети Интернет, 2010. С. 24.

<sup>8</sup> <http://www.wipo.int/amc/en/processes/process1/index.html>

непосредственно и легко запоминаться, в настоящее время они выполняют роль деловых или личных идентификаторов. Большинство организаций, вне зависимости от того, относятся ли они к электронной коммерции или нет, рекламируют свои имена доменов для обозначения своего присутствия в Интернете. Таким образом, хотя они, как таковые, и не являются объектом интеллектуальной собственности, имена доменов в настоящее время выполняют функцию идентификации, подобную той, что несут в себе товарные знаки»<sup>9</sup>.

То есть виртуальный идентификатор стал, по сути, выполнять функцию родового идентификатора, что повышает экономическую ценность прав на него, но не дает оснований причислять его к объектам интеллектуальной собственности.

Изложенное свидетельствует о том, что вопрос, вынесенный в заголовок статьи, не может получить положительного ответа. Основания для такого вывода – в различиях природы, целей и задач разных идентификаторов, а также в прочих характеристиках, принципиально их разграничивающих.

Завершая статью, хотелось бы уделить внимание одному моменту, не относящемуся к обсуждаемой проблематике, но дополнительно иллюстрирующему важность понимания сущности категории «идентификатор».



В учебной литературе по гражданскому праву встречаются указания на то, что для целей совершения сделки родовые вещи допустимо индивидуализировать посредством указания их меры, объема, конкретизации тары и проч.: «Так, стороны могут договориться о передаче конкретной бутылки вина или определенного количества бензина, находящегося в конкретной емкости. Хотя предметом обязательства в обоих случаях являются заменимые (родовые. – *М. Р.*) вещи, в соответствии с соглашением сторон они выделены из общей массы однородных вещей и определены путем указания на их индивидуальные признаки»<sup>10</sup>.

Между тем в описанных ситуациях не происходит индивидуализации – названные вещи продолжают оставаться родовыми, поскольку не приобрели индивидуальных признаков, но идентифицируются для целей совершения с ними сделки. Ставить вопрос об индивидуализации упомянутых вещей правомерно в том случае, если на бутылке вина была, например, сделана дарственная надпись известным лицом, а бензин в результате добавления химического вещества поменял цвет на бирюзовый и приобрел запах водорослей. Только тогда можно говорить, что данные вещи стали уникальными, поскольку обладают индивидуальными признаками.

**М. РОЖКОВА,**

*профессор кафедры гражданского права  
и кафедры интеллектуальных прав  
Московского государственного юридического  
университета им. О. Е. Кутафина (МГЮА),  
доктор юридических наук*

<sup>9</sup> Интеллектуальная собственность в Интернет: обзор проблем. – Женева: ВОИС, 2002. С. 24.

<sup>10</sup> Гражданское право: Учебник: В 3-х т. Т. 1 / Под ред. Ю. К. Толстого. – М.: Проспект, 2009. С. 254.