

ГЛОССАРИЙ ТЕРМИНОВ

по интеллектуальной собственности

АВТОР [копирайт]. Лицо, создающее копирайтоспособную работу, или наниматель лица, создающего копирайтоспособную работу в рамках своих функциональных обязанностей. В законодательстве по копирайту понятие «автор» включает в себя не только людей, пишущих романы, пьесы и научные труды, но и тех, кто создает компьютерные программы, организует данные в телефонных книгах, ставит хореографию танцев, делает фотоснимки, ваяет из камня, рисует фрески, пишет песни, записывает звуки и переводит книги с одного языка на другой. (См. РАБОТА, ВЫПОЛНЕННАЯ ПО НАЙМУ, СОАВТОРЫ)

АВТОРСКИЕ ПРАВА (авторское право) - Интеллектуальные права на произведения науки, литературы и искусства являются авторскими правами. (ГК РФ ст.1255). Автору произведения принадлежат следующие права:

- 1) исключительное право на произведение;
- 2) право авторства;
- 3) право автора на имя;
- 4) право на неприкосновенность произведения;
- 5) право на обнародование произведения.

АВТОРСКОЕ ПРАВО - Охрана авторских прав обычно означает, что некоторые виды использования произведения являются законными только в том случае, если на них дано разрешение владельцем авторского права. Наиболее типичными являются следующие: право копировать или иным образом воспроизводить любой вид произведения; право распространять экземпляры произведения для публики; право осуществлять прокат экземпляров, по крайней мере, отдельных категорий произведений (таких как программы для ЭВМ и аудиовизуальные произведения); право осуществлять звукозапись исполнения литературных или музыкальных произведений; право производить звуковую запись литературных или музыкальных произведений; право исполнять перед публикой, в частности, музыкальные, драматические или аудиовизуальные произведения; право осуществлять публичный показ таких произведений по кабельной сети или иным способом и, в частности, право передавать по радио, телевидению или другими средствами трансляции произведения любых видов; право переводить на другой язык литературные произведения; право на прокат, в особенности применительно к произведениям, включенным в фонограммы и программы для ЭВМ; право экранизировать любые произведения и, в частности, право создавать на их основе аудиовизуальные произведения.

АННУЛИРОВАНИЕ РЕГИСТРАЦИИ ЗНАКА – отмена действия товарного знака вследствие его не использования Заявителем.

АУДИОВИЗУАЛЬНАЯ РАБОТА [копирайт]. Копирайтоспособная работа, состоящая из изображений, которые связаны, представлены в одном ряду и предназначены для показа с помощью машины, а также любой звук, сопровождающий работу. Типичный пример аудиовизуальной работы — показ слайдов, используемый, а частности, при торговых презентациях, чтении лекций или ознакомлении с музеем.

БЕРНСКАЯ КОНВЕНЦИЯ [копирайт - международное право]. Основной многосторонний договор по копирайту, подписанный в Берне (Швейцария) в 1886 г. Бернской конвенции, члены которой образуют Бернский союз, придерживаются более 75 стран. Органом, осуществляющим управление Бернским союзом, является Всемирная организация интеллектуальной собственности (ВОИС).

БРЭНД - относительно хорошо известная потребителям, "раскрученная" торговая марка. (Неофициальный коммерческий термин, зарубежное заимствование.)

ВИДОВОЕ НАИМЕНОВАНИЕ [товарные знаки]. Слово, используемое большинством людей для обозначения класса или категории товаров или услуг, типа «персональный компьютер» или «сотовый телефон». Ни одно лицо не может обладать правами товарного знака на видовое наименование.

ВНУШАЮЩИЙ ЗНАК [товарные знаки]. Слово, рисунок или иной символ, который не прямо описывает, а подразумевает некое свойство товаров или услуг, в связи с которыми он используется как товарный знак или знак обслуживания. Например, слово «Голиаф» применительно к деревянным карандашам наводит на мысль о большом размере, хотя и не описывает его буквально. Считается, что внушающий термин является отличительным по сути и не нуждается в доказательствах вторичного значения для регистрации или охраны в суде. (См. ОПИСАТЕЛЬНЫЙ ЗНАК)

ВОЗОБНОВЛЕНИЕ [товарные знаки — копирайт]. Продление регистрации товарного знака или продление действия копирайта.

ВСЕМИРНАЯ ОРГАНИЗАЦИЯ ИНТЕЛЛЕКТУАЛЬНОЙ СОБСТВЕННОСТИ (ВОИС) - Всемирная организация интеллектуальной собственности (ВОИС) является международной организацией, предназначенной для оказания помощи в обеспечении того, что права создателей и владельцев интеллектуальной собственности охраняются во всем мире, и что изобретатели и авторы таким образом признаются и вознаграждаются за их изобретательность.

ВСЕМИРНАЯ ОРГАНИЗАЦИЯ ИНТЕЛЛЕКТУАЛЬНОЙ СОБСТВЕННОСТИ (ВОИС) [международное право]. Одно из 16 специализированных учреждений системы ООН. ВОИС, расположенная в Женеве (Швейцария), была создана в 1967 г. и отвечает за содействие охране интеллектуальной собственности по всему миру. Она выполняет эту обязанность, поощряя международное сотрудничество по вопросам интеллектуальной собственности, осуществляя управление различными «союзами» и другими организациями, основанными на многосторонних договорах, и создавая типовые законы для принятия их развивающимися странами.

ВСЕМИРНАЯ ТОРГОВАЯ ОРГАНИЗАЦИЯ (ВТО) [международная торговля — интеллектуальная собственность]. ВТО представляет собой международной орган, занимающийся правилами международной торговли. В основе ее лежат договоры, согласованные и подписанные значительным количеством торгующих государств мира. Эти документы создают базовые правовые нормы международной торговли. Три главных цели ВТО — содействовать по возможности свободным торговым потокам, служить форумом для торговых переговоров и обеспечивать урегулирование споров.

ВТОРИЧНОЕ ЗНАЧЕНИЕ [товарные знаки]. Значение товарного знака или знака обслуживания, которое клиенты ассоциируют с определенной маркой товаров или услуг. Для того чтобы торговые символы, изначально не обладающие отличительной способностью, могли охраняться как товарные знаки или знаки обслуживания, им необходимо приобрести отличительность. Эта приобретенная отличительность известна как «вторичное значение», поскольку приобретается во вторую очередь, вслед за первичным значением слова. Применительно к молоку слово «лучшее» рассматривается как описательное, а не отличительное по сути. Первичное значение состоит в том, что описанное таким образом молоко претендует быть лучшим. Для того чтобы получить исключительные права товарного знака на продукт под названием «Лучшее молоко», продавец, использующий это слово, должен использовать его так, чтобы оно приобрело вторичное значение, указывающее на то, что все молоко, обозначенное словом «лучшее», происходит из одного коммерческого источника.

ВЫСОКИЕ АВТОРСКО-ПРАВОВЫЕ ТЕХНОЛОГИИ - технологии, направленные на формирование дополнительных объемов авторско-правовой охраны над созданными объектами интеллектуальной собственности, защищающие все возможные варианты, модификации и перспективу совершенствования первоначально созданного объекта, и не позволяющие недобросовестным авторам и/или конкурентам найти обходные пути и "лазейки", чтобы без привнесения существенного творческого вклада не иметь легитимной возможности претендовать на авторство аналогичных произведений.

ВЫСОКИЕ ПАТЕНТНЫЕ ТЕХНОЛОГИИ - технологии творческого использования патентованием (совместно с изобретателем и патентообладателем) совокупности созидательных творческих методов и приемов для целенаправленного формирования необходимых охраноориентированных объемов патентного права, дополнительных к тому, что дало бы непосредственное традиционное изложение формулы изобретения патентуемого объекта.

ГУДВИЛ [товарные знаки]. Ценность бизнеса, линии товаров или услуг, помимо осязаемых активов, отражающая коммерческую репутацию. Бизнес со сложившимся гудвиллом может потерять все свои осязаемые активы и при этом сохранить репутацию — свой гудвилл. Поскольку присущий бизнесу гудвилл символизируется товарным знаком или знаком обслуживания, нарушение товарного знака является своего рода кражей гудвила.

ДИЗАЙН-ПАТЕНТ [патенты]. Предоставление государством исключительных прав на новый, неочевидный и орнаментальный промышленный образец. Дизайн-патент дает право запрещать другим изготавливать, использовать или продавать промышленные образцы, близко напоминающие запатентованный. Дизайн-патент охраняет орнаментальные аспекты промышленного образца; его функциональные аспекты охраняются патентом полезности. Дизайн-патент и патент полезности могут охранять разные аспекты одного и того же изделия, например автомобиля или лампы.

ДИЛЮЦИЯ [товарные знаки]. Вид нарушения товарного знака, при котором использование данного знака ответчиком, хотя и не вызывает вероятности смешения, тем не менее размывает

образ или затушевывает отличительность знака владельца. Для того чтобы обладать продающей способностью и признанием, охраняемыми антидильюционными постановлениями, знак должен быть относительно сильным и знаменитым, по крайней мере в рамках определенной группы людей, товарной линии или территории. Дихотомия «идея-выражение» [копирайт]. Фундаментальная норма закона, согласно которой копирайт не охраняет идею: копирайт охраняет только конкретные выражения идеи.

ДОБРОПОРЯДОЧНОЕ ИСПОЛЬЗОВАНИЕ [копирайт — товарные знаки]. Способ защиты от обвинения в нарушении копирайта или товарного знака. В сфере копирайта суды США при определении того, существует ли защита по аргументу добропорядочного использования, учитывают четыре фактора: цель и характер спорного использования; суть работы, охраняемой копирайтом; значение использованной части работы по отношению к работе в целом; и влияние использования на рынок или на ценность работы, охраняемой копирайтом. В сфере товарных знаков вторичный пользователь должен показать, что он использует описательный, географически описательный или содержащий личное имя знак не в смысле товарного знака, а лишь для того, чтобы описать свои товары или услуги, или их географическое происхождение, или назвать лицо, руководящее данным бизнесом.

ДОПОЛНИТЕЛЬНЫЙ РЕЕСТР [товарные знаки]. Реестр слов, символов, упаковочных торговых одеяний, конфигураций продукта или контейнера или слоганов, которые не соответствуют всем требованиям, предъявляемым при регистрации товарных знаков, но могут достичь статуса товарного знака после того, как приобретут вторичное значение. (См. **ВТОРИЧНОЕ ЗНАЧЕНИЕ**)

ЗАВИСИМЫЙ ПУНКТ [патенты]. Пункт формулы изобретения в патенте, отсылающий к предыдущему пункту и определяющий изобретение более узкое по объему, чем содержащееся в предыдущем пункте. Зависимый пункт формулируется так, чтобы быть более ограниченным, чем технология, определенная в предыдущем пункте.

ЗАЩИТА ПРАВ АВТОРОВ - совокупность действующих норм Гражданского и Уголовного права, направленная на защиту прав авторов творческого произведения; регистрация результата интеллектуальной деятельности государственными органами; регистрация результата интеллектуальной деятельности соответствующими общественными и некоммерческими организациями; деятельность указанных органов и организаций в защиту законных прав авторов; общественная и моральная поддержка авторов интеллектуальной собственности.

ЗАЯВКА С НАМЕРЕНИЕМ ИСПОЛЬЗОВАТЬ [товарные знаки]. С 1989 г. в Соединенных Штатах — возможный способ подачи заявки на федеральную регистрацию товарного знака, основанный на заявленном намерении использовать данный знак на конкретных товарах или услугах.

ЗВУКОЗАПИСЬ [копирайт]. Категория копирайтоспособных работ, состоящих из звуков, записываемых на фонограмму.

ЗНАК ОБСЛУЖИВАНИЯ - это обозначение, используемое предприятиями, предоставляющими услуги. Например, отелями, ресторанами, авиакомпаниями, туристическими бюро, прачечными и т. д., с целью отличать их услуги от услуг других предприятий (то же, что и товарный знак для производителей).

ЗНАК ОБСЛУЖИВАНИЯ [товарные знаки]. Слово, слоган, дизайн, рисунок или любой другой символ, используемый для того, чтобы идентифицировать и отличить услугу (гостиничные и ресторанные услуги, услуги по продажам, инвестиционные услуги и т.п.) в противоположность продукту.

ИЗОБРЕТЕНИЕ - Изобретением является такая новая идея, которая позволяет на практике решить конкретную проблему в области техники

ИЗОБРЕТЕНИЕ [патенты]. Создание новой технической идеи и физических средств для ее выполнения или воплощения. Для того чтобы быть патентоспособным, изобретение должно обладать новизной, полезностью и отличаться от того, что могли бы ожидать квалифицированные пользователи.

ИМЕНА ДОМЕНОВ [товарные знаки]. Имена и слова, которыми компании обозначают свои зарегистрированные адреса Интернет-сайтов, например имя журнала "Forbes" в URL <http://www.forbes.com>. Споры о товарных знаках возникают, когда не менее двух компаний пытаются использовать одно и то же имя домена или когда одна компания присваивает торговую марку или наименование продукта другой компании для своего URL.

ИНТЕЛЛЕКТУАЛЬНАЯ СОБСТВЕННОСТЬ [патенты — товарные знаки — недобросовестная конкуренция — копирайт — секреты производства — моральные права]. Творческие идеи и выра-

жения человеческого разума, которые обладают коммерческой ценностью и получают юридическую охрану права собственности. Основными юридическими механизмами охраны прав интеллектуальной собственности являются копирайты, патенты и товарные знаки. Права интеллектуальной собственности позволяют ее владельцам выбирать, кто может иметь доступ к их собственности и использовать ее, а также охранять ее от несанкционированного использования.

ИНТЕЛЛЕКТУАЛЬНАЯ СОБСТВЕННОСТЬ - то же, что и результаты интеллектуальной деятельности и приравненные к ним средства индивидуализации юридических лиц, товаров, работ, услуг и предприятий. (ГК РФ ст.1225)

ИНТЕЛЛЕКТУАЛЬНЫЕ ПРАВА - права, признаваемые на результаты интеллектуальной деятельности и приравненные к ним средства индивидуализации (результаты интеллектуальной деятельности и средства индивидуализации). Включают исключительное право, являющееся имущественным правом, а в случаях, предусмотренных настоящим Кодексом, также личные неимущественные права и иные права (право следования, право доступа и другие). (ГК РФ ст.1226)

ИСКЛЮЧИТЕЛЬНОЕ ПРАВО - имущественное право, первоначально возникает у его автора. Позволяет автору использовать результат интеллектуальной деятельности или такое средство по своему усмотрению любым не противоречащим закону способом. (ГК РФ ст. ст. 1226-1229)

ИСКЛЮЧИТЕЛЬНЫЕ ПРАВА - происходят от действия выдачи патента (свидетельства), это действие означает, что запатентованное изобретение (промобразец, товарный знак и т.д.) не может быть использовано в стране выдачи иными лицами, чем владелец патента, если только патентовладелец не согласен на такое использование.

ИСПОЛНЕНИЕ [копирайт]. Чтение наизусть, постановка, игра, танец или иное исполнение копирайтной работы, включая трансляцию исполнения по радио или телевидению и прием такого вещания. Право публично исполнять работу, охраняемую копирайтом, распространяется на все типы копирайтных работ за исключением художественных и скульптурных произведений и звукозаписей.

КОММЕРЧЕСКОЕ ИСПОЛЬЗОВАНИЕ [патенты]. Ситуация, при которой изобретатель не может получить патент, поскольку на дату подачи заявки прошло более одного года с того момента, как продукт, воплощающий изобретение, был поставлен «на продажу», то есть началось коммерческое использование изобретения.

КОММЕРЧЕСКОЕ ОБОЗНАЧЕНИЕ - обозначение, служащее для индивидуализации коммерческих предприятий юридических лиц. Коммерческое обозначение не является фирменным наименованием. Под предприятием понимаются также и некоммерческие организации, которым право на осуществление коммерческой деятельности, предоставлено в соответствии с законом и учредительными документами.

КОМПЕТЕНТНОСТЬ В СООТВЕТСТВУЮЩЕЙ ОБЛАСТИ ТЕХНИКИ [патенты]. Обычный уровень мастерства в определенной области техники, в которой создано изобретение. (См. ОЧЕВИДНОСТЬ)

КОМПИЛЯЦИЯ [копирайт]. Копирайтоспособная работа, состоящая из собрания ранее существовавшего материала. Такое собрание должно продемонстрировать по крайней мере минимальную оригинальность, проявленную при отборе, организации и расположении материала без внесения в него каких-либо внутренних изменений.

КОНТРАФАКТНАЯ ПРОДУКЦИЯ - Экземпляры продукции, изготовленные любым способом и в любой форме, изготовление которых влечет за собой нарушение авторского права на данное произведение.

КОНТРАФАКЦИЯ [товарные знаки]. Акт производства или продажи товара, содержащего преднамеренное и рассчитанное воспроизведение подлинного товарного знака. «Контрафактный знак» идентичен подлинному или не имеет существенных отличий от него. Часто контрафактные товары производятся с целью имитировать популярный продукт по конструкции и внешним признакам, с тем чтобы обманным путем внушить покупателям мысль, будто они приобретают подлинный товар.

КОПИРАЙТ [копирайт]. Предоставляемое государством создателю работы исключительное право запрещать другим лицам воспроизводить, адаптировать, публично распространять, исполнять или выставлять ее. Копирайт не охраняет абстрактную идею; он охраняет только конкретное выражение идеи. Для того чтобы быть действительной, копирайтная работа должна обладать оригинальностью и определенной толикой творчества.

КОПИРОВАНИЕ [копирайт — патенты — товарные знаки]. В законодательстве по копирайту «копирование» обозначает два отдельных, но взаимосвязанных понятия. Чтобы составить нарушение копирайта, работа должна быть «копией» в том смысле, что она имеет существенное сходство с копирайтной работой и, должно быть, была скопирована с нее, а не является результатом совпадающего, но независимого производства или взятой из того же источника, что и копирайтная работа. Правовые стандарты в отношении нарушения копирайта отличаются от применяемых к патентам и товарным знакам; последние не требуют доказательства копирования.

КОПИЯ [копирайт]. Материальный объект, сохраняющий или фиксирующий копирайтоспособную информацию, кроме звуков. Глагол «копировать» обозначает акт создания копий, или копирования.

ЛИЦЕНЗИЯ [патенты – товарные знаки – копирайт]. Разрешение использовать право интеллектуальной собственности в рамках определенных сроков, контекста, рыночных границ или территории. В законодательстве об интеллектуальной собственности имеются важные различия между «исключительными лицензиями» и «неисключительными лицензиями». Исключительная лицензия является «исключительной» в отношении определенного объема прав; она не является одной и единственной лицензией, предоставляемой лицензиаром. При выдаче исключительной лицензии лицензиар обещает, что не будет выдавать других лицензий на те же права в пределах того же объема или той же области, которые охватываются исключительной лицензией. Однако владелец прав может выдать любое количество неисключительных лицензий на одни и те же права. При неисключительной лицензии титул остается за лицензиаром. Патентная лицензия представляет собой передачу прав, не составляющую уступки патента. Товарный знак или знак обслуживания может быть действительным образом лицензирован лишь в том случае, если лицензиар контролирует характер и качество товаров или услуг, продаваемых лицензиатом под лицензированным знаком. По законодательству о копирайте лицензиат, получивший исключительную лицензию, является владельцем определенного права копирайта и может предъявить иск о нарушении лицензированного права. В одной работе никогда не содержится больше одного копирайта независимо от исключительных лицензий на различные права, предоставленных владельцем различным лицам.

ЛОГОТИП – стилизованная сокращенная форма названия фирмы, часто в оригинальном начертании. (Неофициальный коммерческий термин, зарубежное заимствование.)

ЛУЧШИЙ СПОСОБ [патенты]. Одно из условий выдачи патента. Изобретатель должен описать наилучший известный ему способ реализации изобретения.

МЕЖДУНАРОДНАЯ ЗАЯВКА НА ПАТЕНТ - Заявка на охрану изобретения, поданная в соответствии с международным договором о патентной кооперации.

МОРАЛЬНЫЕ ПРАВА [копирайт — авторские права]. Определенные права авторов, помимо признаваемых в законе о копирайте, в том виде, как они признаны правовыми системами некоторых европейских и других стран. Обычно моральные права подразделяются на три категории: право автора быть упомянутым в качестве автора работы, запрещать другим ложно именоваться автором и запрещать использование своего имени для работ, которые он не создавал; право автора запрещать искажение работы; и право автора изымать работу из распространения, если она более не отражает его взглядов.

МУЗЫКАЛЬНОЕ ПРОИЗВЕДЕНИЕ [копирайт]. Категория копирайтоспособных работ, выраженных в форме нотной записи звуков. Музыкальное произведение может фиксироваться в физических объектах, которые подразделяются на «копии» (например нотные издания) и «звукозаписи» (например компакт-диски или пленки). Песня, написанная композитором, охраняется копирайтом на музыкальное произведение, однако запись этой песни охраняется копирайтом на звукозапись.

НАРУШЕНИЕ [исключительная собственность вообще]. Посягательство на исключительное право интеллектуальной собственности. Нарушение патента полезности включает в себя изготовление, использование или продажу запатентованного продукта или процесса без разрешения. Нарушение дизайн-патента включает в себя изготовление промышленного образца, который для обычного наблюдателя представляет собой, по сути, то же самое, что и существующий промышленный образец, когда сходство предназначено для того, чтобы побудить наблюдателя приобрести один предмет, принимая его за другой. Нарушение товарного знака состоит в несанкционированном использовании или имитации знака, который является собственностью другого лица, с тем чтобы обмануть, запутать или ввести в заблуждение других. Нарушение копирайта включает в себя воспроизведение, адаптацию, распространение, публичное исполнение или публичный показ копирайтной работы другого лица.

НЕДОБРОСОВЕСТНАЯ КОНКУРЕНЦИЯ [интеллектуальная собственность вообще]. Коммерческое поведение, которое закон рассматривает как неправомерное, предоставляя лицу, пострадавшему в результате такого поведения, право на гражданский иск. Нарушение товарного знака давно уже считается недобросовестной конкуренцией. Другими признанными правовыми категориями недобросовестной конкуренции являются ложная реклама, торговая клевета, нарушение секрета производства, нарушение права публичности и незаконное присвоение чужих прав.

НЕЗАКОННОЕ ПРИСВОЕНИЕ [недобросовестная конкуренция]. Предусмотренная общим правом форма недобросовестной конкуренции, при которой лицо или фирма копирует или присваивает определенное творение другого лица или фирмы, которое не охраняется законодательством о патентах, копирайте или товарных знаках или какой-либо иной традиционной теорией исключительных прав.

НЕИМУЩЕСТВЕННЫЕ ПРАВА - право авторства, право на имя, право следования, право доступа, право на неприкосновенность произведения, право на обнародование произведения. Авторство и имя автора охраняются бессрочно. (ГК РФ ст. ст.1226, 1228, 1255)

НОВИЗНА [патенты]. Одно из трех условий, которым должно удовлетворять изобретение, чтобы быть патентоспособным. Новизна присутствует, если ни один элемент изобретения не раскрыт ни в одном фрагменте предшествующего уровня техники.

НОВИЗНА ИЗОБРЕТЕНИЯ - заключение о том, является ли заявленное изобретение новым, соответствует ли оно изобретательскому уровню (является неочевидным) и может ли быть промышленно применимым.

НОК-ОФФ [патенты — товарные знаки — копирайт]. Идентичная копия работы или продукта, охраняемых патентом, товарным знаком, торговым одеянием или копирайтом.

НОУ-ХАУ [секреты производства]. Информация, позволяющая лицу выполнять определенную задачу или управлять определенным устройством или процессом.

ОБЛАСТИ ПРИМЕНЕНИЯ ОГРАНИЧЕНИЕ [интеллектуальная собственность вообще — антитрестовское законодательство]. Положение в лицензии на интеллектуальную собственность, ограничивающее использование лицензируемой собственности лицензиатом лишь рынком определенного продукта или услуги.

ОБРАТНЫЙ ИНЖИНИРИНГ [секреты производства]. Метод получения технической информации, при котором начинают с публично доступного продукта и определяют, из чего он изготовлен, за счет чего функционирует и каким образом был произведен. Этот метод идет в противоположном направлении по сравнению с обычными инженерными работами, которые начинаются с технических данных, используемых для получения продукта. Если продукт или иной материал, являющийся предметом обратного инжиниринга, был получен надлежащим образом, то данный процесс является законным и легальным.

ОБЩЕСТВЕННОГО ПОЛЬЗОВАНИЯ СФЕРА [интеллектуальная собственность вообще]. Статус изобретения, творческой работы, коммерческого символа или любого другого творения, которое не охраняется той или иной формой интеллектуальной собственности. Предметы, которые было решено поместить в сферу общественного пользования, доступны для копирования и использования любым лицом. Копирование таких предметов не только допускается, но и поощряется как часть конкурентного процесса. (См. КОПИРОВАНИЕ. ИНТЕЛЛЕКТУАЛЬНАЯ СОБСТВЕННОСТЬ)

ОБЪЕМ ПАТЕНТНО-ПРАВОВОЙ ОХРАНЫ ИЗОБРЕТЕНИЯ (объем защиты, объем права) - это совокупность вариантов, модификаций и возможных усовершенствований изобретения, охватываемых или защищаемых совокупностью существенных признаков формулы изобретения.

ОБЫЧНЫЙ УРОВЕНЬ МАСТЕРСТВА [патенты]. Уровень технических знаний, опыта и компетентности, которым обладает обычный инженер, ученый или проектировщик, работающий в области техники, к которой относится изобретение.

ОПИСАТЕЛЬНЫЙ ЗНАК [товарные знаки]. Слово, рисунок или иной символ, описывающий нечто относящееся к товарам или услугам, в связи с которыми он используется, в частности их назначение, их размеры и цвет, класс потребителей или конечное воздействие на потребителей. Считается, что описательному термину не свойственна отличающая способность; для того чтобы установить действительность регистрации или охраны в суде, он нуждается в доказательстве приобретенной отличительности, известной как «вторичное значение». (См. ВТОРИЧНОЕ ЗНАЧЕНИЕ. ВНУШАЮЩИЙ ЗНАК)

ОЧЕВИДНОСТЬ [патенты]. Условие, при котором изобретение не может получить действительный патент, поскольку лицо с обычным уровнем мастерства в данной области техники может легко вывести его из публично доступной информации.

ПАТЕНТ [патенты]. Предоставление федеральным правительством изобретателю исключительного права запрещать другим осуществлять, использовать или продавать его изобретение. В Соединенных Штатах существуют три вида патентов: патент полезности на функциональные аспекты продуктов и процессов; дизайн-патент на орнаментальный дизайн полезных объектов; и патент на растение — на новый сорт живого растения. Патенты не охраняют идеи — только структуры и методы, в которых реализованы технологические концепции. Каждый тип патента дает право исключать других из точно определенного объема технологии, промышленного образца или сорта растения. В обмен на это исключительное право изобретатель должен полностью раскрыть детали изобретения публике, с тем чтобы другие могли понять это изобретение и использовать его для дальнейшего развития данной технологии. По истечении срока действия патента публика вправе осуществлять и использовать изобретение и имеет право на полное и завершенное раскрытие способа его осуществления.

ПЕРВОЙ ПРОДАЖИ ДОКТРИНА [копирайт]. Исключение из исключительного права владельца копирайта распространять копии или звукозаписи копирайтной работы. Согласно этому принципу, владелец копирайта имеет право продать экземпляр книги, но не право контролировать последующие продажи этого экземпляра. (См. ПРАВО НА РАСПРОСТРАНЕНИЕ)

ПЕРВЫЙ ЗАЯВИТЕЛЬ [патенты - товарные знаки]. Правило, согласно которому в отношении патентов приоритет определяется тем, кто из изобретателей первым подал патентную заявку, а не тем, кто первым изобрел. Этому правилу следуют почти все

ПЕРВЫЙ ИЗОБРЕТАТЕЛЬ [патенты]. Правило, согласно которому патентный приоритет определяется тем, кто из изобретателей первым фактически изобрел, а не тем, кто первым подал заявку на патент. Таково правило, которому следуют в Соединенных Штатах.

ПОДМЕНА [товарные знаки]. (1) Подставление одной торговой марки товаров вместо другой. (2) Нарушение товарного знака, при котором нарушитель преднамеренно имеет в виду ввести в заблуждение или обмануть покупателей. (3) Нарушение товарного знака, при котором нет доказательств намерения обмануть, но можно доказать вероятность смешения. (4) В странах с британским законодательством — действия, незаконные по общему праву, помимо законодательства о зарегистрированных товарных знаках, сопряженные с ложным представлением своих товаров или услуг как товаров или услуг конкурента, обычно путем использования аналогичного знака.

ПОЛЕЗНАЯ МОДЕЛЬ – техническое решение, охраняемое после подачи заявки, путем регистрации государственным ведомством РФ, с несколько менее строгими требованиями, чем изобретение.

ПОЛЕЗНОСТЬ [патенты]. Полезные свойства запатентованного изобретения. Чтобы быть патентоспособным, изобретение должно действовать и допускать возможность использования, а также выполнять некую «полезную» для общества функцию.

ПРАВА АВТОРОВ – исключительные (имущественные) и неимущественные права, возникающие у автора вследствие создания творческого произведения. В сфере общественной жизни и деятельности возможен феномен обладания моральными правами.

ПРАВО АВТОРСТВА – право признаваться автором произведения. Автору результата интеллектуальной деятельности принадлежит право авторства. Право авторства, право на имя и иные личные неимущественные права автора неотчуждаемы и непередаваемы. (ГК РФ ст. ст.1228, 1265)

ПРАВО НА ИМЯ – право использовать или разрешать использование произведения под своим именем, под вымышленным именем (псевдонимом) или без указания имени, то есть анонимно, неотчуждаемы и непередаваемы. (ГК РФ ст.1265)

ПРАВО НА РАСПРОСТРАНЕНИЕ [копирайт]. Исключительное право владельца копирайта публично распространять копии или звукозаписи своей работы путем продажи, лизинга или аренды. В отличие от других прав копирайта, право на распространение нарушается просто передачей копий работы независимо от того, законно или незаконно изготовлены эти копии, за исключением случаев, подпадающих под «доктрину первой продажи». (См. ПЕРВОЙ ПРОДАЖИ ДОКТРИНА)

ПРАВО ПУБЛИЧНОСТИ [интеллектуальная собственность вообще]. Присущее любому человеку право контролировать коммерческое использование своей идентичности.

ПРЕДШЕСТВУЮЩИЙ УРОВЕНЬ ТЕХНИКИ [патенты]. Существующий массив технической информации, по которому судят об изобретении, с тем чтобы определить, является ли оно новым и неочевидным и, таким образом, может ли оно быть запатентовано.

ПРОИЗВОДНАЯ РАБОТА [копирайт]. Работа, основанная на ранее существовавшей работе, которая неким способом изменена, сжата или приукрашена.

ПРОМЫШЛЕННЫЙ ОБРАЗЕЦ - представляет собой дизайнерский аспект полезного изделия. Может состоять из трехмерных элементов (форма изделия) или двумерных элементов (очертание, рисунок, расцветка), но он не должен диктоваться исключительно или главным образом техническими или функциональными соображениями. Для того, чтобы промышленный образец подпадал под охрану в области промышленной собственности в стране, он должен быть оригинальным или новым и должен быть зарегистрирован в государственном патентном ведомстве. Охрана предоставляется на ограниченный срок (обычно на 15 лет).

ПРОРАБОТКА ИЗОБРЕТЕНИЯ [патенты]. Физическая часть изобретательского процесса, которая довершает и заканчивает процесс изобретения. После проработки, то есть доведения до стадии практического использования, изобретение является завершенным для целей патентного законодательства.

ПУБЛИКАЦИЯ [копирайт]. Распространение экземпляров или звукозаписей работы среди публики.

РАБОТА, ВЫПОЛНЕННАЯ ПО НАЙМУ [копирайт]. Работа, подготовленная наемным работником в рамках его функциональных обязанностей, или специально заказанная (комиссованная) работа, которую стороны письменно договорились рассматривать как работу, выполненную по найму. Физическое лицо, партнерство или корпорация, для которых подготовлена данная работа, считается как автором, так и владельцем копирайта с момента создания работы.

РЕЕСТР (ПРАВ ПРОМЫШЛЕННОЙ СОБСТВЕННОСТИ) – документ, ведущийся ведомством промышленной собственности, в котором регистрируется правовой режим различных прав промышленной собственности. Обычно патентное ведомство ведет отдельно реестр патентов, реестр товарных знаков и реестр промышленных образцов.

РЕЗУЛЬТАТЫ ИНТЕЛЛЕКТУАЛЬНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ (РИД) - базовое понятие ГК РФ. Рид и приравненными к ним средствами индивидуализации юридических лиц, товаров, работ, услуг и предприятий, которым предоставляется правовая охрана (интеллектуальной собственностью), являются:

- произведения науки, литературы и искусства;
- программы для электронных вычислительных машин (программы для ЭВМ);
- базы данных;
- исполнения;
- фонограммы;
- сообщение в эфир или по кабелю радио- или телепередач (вещание организаций эфирного или кабельного вещания);
- изобретения;
- полезные модели;
- промышленные образцы;
- селекционные достижения;
- топологии интегральных микросхем;
- секреты производства (ноу-хау);
- фирменные наименования;
- товарные знаки и знаки обслуживания;
- наименования мест происхождения товаров;
- коммерческие обозначения. (ГК РФ ст.1225)

СЕКРЕТ ПРОИЗВОДСТВА [секреты производства]. Деловая информация, которая является предметом разумных усилий по сохранению конфиденциальности и обладает ценностью, поскольку не является общеизвестной в соответствующей отрасли. Такая конфиденциальная информация охраняется от тех, кто получает доступ к ней с помощью ненадлежащих методов или путем нарушения условия конфиденциальности. Нарушение секрета производства — разновидность недобросовестной конкуренции. (См. НЕДОБРОСОВЕСТНАЯ КОНКУРЕНЦИЯ)

СЛОГАН - рекламная формула в виде афористичной, легко запоминающейся короткой фразы. (Неофициальный коммерческий термин, зарубежное заимствование.)

СОАВТОРЫ [копирайт]. Создатели копирайтоспособной работы, которые соединяют свои отдельные вклады в данную работу. Если имеет место соавторство, то из этого следует, что имеет место совместное владение копирайтом на созданную работу. Совладельцы копирайта рассматриваются как совместные владельцы, каждый из которых имеет независимое право лицензировать использование работы на условиях отчетности перед остальными совладельцами о любой получаемой прибыли.

СОИЗОБРЕТАТЕЛИ [патенты]. Двое или несколько изобретателей, являющихся авторами одного изобретения, которые совместно работают и изобретательском процессе.

СОУЧАСТИЕ В НАРУШЕНИИ [патенты - товарные знаки — копирайт]. Косвенное нарушение прав интеллектуальной собственности, при котором одно лицо способствует прямому акту нарушения, совершаемому другим лицом. Например, соучастие в нарушении исключительных прав на товарный знак имеет место в случае, когда производитель товаров помогает своим дистрибьюторам или подстрекает их выдавать его товары за товары другого производителя.

СРОК ДЕЙСТВИЯ [патенты — товарные знаки — копирайт — секреты производства]. Срок или продолжительность времени, в течение которого длится право интеллектуальной собственности. Например, патент США на изобретение имеет срок действия 20 лет с даты подачи патентной заявки, так же как патент на растение. Базисный срок действия копирайта США равен продолжительности жизни автора плюс 70 лет. Охрана информации в качестве секрета производства продолжается в течение всего времени, пока эта информация остается секретной.

СУЩЕСТВЕННОЕ СХОДСТВО [копирайт]. Степень схожести копирайтной работы и другой работы, достаточная для того, чтобы составить нарушение копирайта второй работой. Точная дословная или построчная идентичность не обязательна для нарушения копирайта. Вместо этого суды США предпочли выражение «существенное сходство» для определения уровня сходства, который, вместе с доказательством действительности копирайта и факта копирования, составляет нарушение копирайта.

ТОВАРНЫЙ ЗНАК [товарные знаки]. 1. Слово, слоган, дизайн, рисунок или иной символ, используемый для идентификации и различения товаров. 2. Любой идентифицирующий символ, в том числе слово, дизайн или конфигурация продукта или контейнера, отвечающий требованиям к предоставлению юридического статуса товарного знака, знака обслуживания, коллективного знака, сертификационной марки, торгового наименования или торгового одеяния. Товарные знаки идентифицируют товары одного продавца и отличают их от товаров, продаваемых другими. Они означают, что все товары, носящие данный знак, происходят из одного источника или находятся под его контролем и имеют одинаковый уровень качества. Кроме того, они рекламируют, поощряют и в целом способствуют продаже товаров. Товарный знак нарушается другим лицом в случае, если второе использование вызывает смешение источников, принадлежности, связи или спонсорства.

ТОВАРНЫЙ ЗНАК СООБЩЕСТВА (ТЗС) [товарные знаки — международное право]. Регистрация товарного знака, предоставляемая Ведомством по товарным знакам Европейского сообщества и подлежащая охране во всех государствах-членах ЕС.

ТОРГОВАЯ МАРКА, ТОРГОВЫЙ ЗНАК, ТОВАРНАЯ МАРКА (trademark) – заимствования зарубежных терминов; то же самое, что и товарный знак, т.е. обозначение, отличающее товары одних юридических или физических лиц от однородных товаров других юридических или физических лиц. Предупредительная маркировка в зарубежных странах торговой марки "TM" или TM.

ТОРГОВОЕ НАИМЕНОВАНИЕ [товарные знаки]. Символ, используемый для идентификации и различения компаний, партнерств и предприятий, в противоположность знакам, используемым для идентификации и различения товаров или услуг.

ТОРГОВОЕ ОДЕЯНИЕ [товарные знаки]. Совокупность элементов, в которые облачается товар или услуга, таких как конфигурация и внешний вид продукта или контейнера, обложка книги или журнала, отличительные и узнаваемые контуры автомобиля. Эти элементы комбинируются таким способом, чтобы у покупателя можно было создать целостное визуальное представление и чтобы имелась возможность приобрести законные исключительные права, порождаемые регистрацией товарного знака или применением отличительного символа источника происхождения товаров или услуг.

УВЕДОМЛЕНИЕ [патенты — копирайт — товарные знаки]. Формальный знак или извещение, приложенные к предметам, которые воплощают или воспроизводят право интеллектуальной собственности, — например, помещение слова «патент» или его сокращения "pat." вместе с номером патента на запатентованное изделие, изготовленное патентовладельцем или его лицензиатами.

Установленным в законодательном порядке формальным уведомлением о регистрации в качестве товарного знака США является буква "К" в кружочке — ®, надпись "Reg. U.S. Pat. & Tm. Off.", то есть «Зарегистрировано в Ведомстве США по патентам и товарным знакам». Многие фирмы используют неформальные уведомления о товарных знаках типа "Brand", "TM", "Trademark", "SM" или "Service Mark", примыкающие к словам или другим символам, считающимся охраноспособными знаками. Уведомление о копирайте состоит из буквы "С" в кружочке — © или слова "Copr." или "Copyright", фамилии владельца копирайта и года первой публикации.

УСТУПКА [патенты — товарные знаки — копирайт]. Передача прав интеллектуальной собственности. Например, уступка патента — это передача прав, достаточных для того, чтобы реципиент имел титульное право на патент. Уступка может представлять собой передачу всех прав исключительности в патенте или нераздельной части (например 50 процентов интересов), или всех прав в пределах указанной местности (например определенного района Соединенных Штатов). Передача чего-либо меньшего считается «лицензией». (См. ЛИЦЕНЗИЯ, ГУДВИЛ)

ФИРМЕННОЕ НАИМЕНОВАНИЕ - Определение фирменного наименования для целей охраны, а также процедура, с помощью которой необходимо предоставлять такую охрану, остаются в компетенции национального законодательства заинтересованных стран. В законодательстве РФ проработано слабо.

ФИРМЕННЫЙ ЗНАК - уникальный графический элемент, который обычно располагается рядом с названием компании, но может использоваться и отдельно. (Неофициальный коммерческий термин, зарубежное заимствование.) В РФ это товарный знак.

ФОНОГРАММА [копирайт]. Материальный объект, сохраняющий или фиксирующий копирайтоспособные звуки. Такими объектами могут быть аудиокассеты, компакт-диски, компьютерные чипы для сохранения звуков и т.п. Исключение составляют звуковые дорожки фильмов.

ФОРМУЛА ИЗОБРЕТЕНИЯ – основная юридическая часть патентного документа, которая определяет объект, на который испрашивается или предоставляется охрана. Формула изобретения должна быть ясной и точной. Она должна полностью подкрепляться описанием изобретения.

ФОРМУЛА ИЗОБРЕТЕНИЯ «ПРОДУКТ ЧЕРЕЗ СПОСОБ» [патенты]. Формула изобретения, при которой продукт охраняется путем определения способа, с помощью которого он изготавливается. Вариант формулы изобретения «продукт через способ» чаще всего используется для определения новых химических соединений, поскольку многие новые химикаты, лекарства и фармацевтические препараты реально можно определить лишь путем описания способа их изготовления.

ФОРМУЛА ИЗОБРЕТЕНИЯ НА ПРОДУКТ [патенты]. Формула изобретения, охраняющая структуру, устройство или состав продукта, в противоположность формуле изобретения на способ, которая охраняет метод или процесс.

ФОРМУЛА ИЗОБРЕТЕНИЯ НА СПОСОБ [патенты]. Формула изобретения, охраняющая способ, с помощью которого оно реализуется, путем определения шагов, которым необходимо следовать, в противоположность формуле изобретения на продукт или на устройство, охраняющей структуру продукта.

ФУНКЦИОНАЛЬНОСТЬ [патенты - товарные знаки — копирайт]. Тот аспект промышленного образца, который обеспечивает лучшее выполнение изделием своего предназначения, в противоположность обеспечивающему лучший внешний вид изделия или идентифицирующему его коммерческий источник.

ЭКВИВАЛЕНТОВ ДОКТРИНА [патенты]. Правило толкования формулы изобретения, согласно которому продукт или процесс, не составляя буквального нарушения, тем не менее представляет собой нарушение исключительных прав в случае, если он выполняет существенно ту же самую функцию существенно тем же самым способом для получения существенно того же самого результата, что и запатентованный продукт или процесс.

ЭМБЛЕМА – промышленный образец на логотип, главное изобразительное обозначение и др. фирмы заявителя.