

Горушкина Светлана Николаевна

канд. социол. наук, ученый секретарь

Царёва Елена Геннадиевна

аспирант, заместитель начальника отдела
организации НИР и научных мероприятий

ФГБУ «Федеральный институт промышленной собственности»

г. Москва

РЕГИОНАЛЬНЫЕ БРЕНДЫ В МЕЖКУЛЬТУРНОМ ПРОСТРАНСТВЕ СОВРЕМЕННОЙ РОССИИ

***Аннотация:** в статье рассмотрен механизм охраны объектов интеллектуальной собственности, созданных на основе традиционных знаний, а также готовность сферы народной художественной культуры и традиционных знаний как отрасли к применению возможностей, формируемых современной экосистемой интеллектуальной собственности. Обоснован выбор средств индивидуализации – географического указания и наименования места происхождения товара – как наиболее приемлемых в качестве регистрации регионального бренда.*

***Ключевые слова:** региональные бренды, интеллектуальная собственность, средства индивидуализации, географические указания, наименование мест происхождения товара, традиционные знания, традиционные выражения культуры.*

Материал подготовлен в рамках научно-исследовательской работы ФИПС на тему «Оценка востребованности услуг в области интеллектуальной собственности сферой народной художественной культуры и традиционных знаний».

Указ Президента Российской Федерации от 30.12.2021 №745 «О проведении в Российской Федерации Года культурного наследия народов России» актуализировал проблему поддержки народной художественной культуры и традиционных знаний как важной составляющей национального суверенитета страны, базиса его интеллектуальной безопасности. Регуляторные меры поддержки духовно-нравственных и культурных ценностей, передаваемых из поколения в

поколение, раскрываются в недавно принятом федеральном законе от 19.10.2022 №402 «О нематериальном этнокультурном достоянии Российской Федерации».

Наравне с задачами сохранения культурного наследия народов России актуальность приобретают задачи развития регионов через повышение их имиджа и деловой активности за счет расширения производства изделий народно-художественных промыслов, других продуктов (товаров) и различных видов творчества в традиционном контексте.

Всемирная организация интеллектуальной собственности (ВОИС) относит традиционные знания и традиционные выражения культуры к объектам права интеллектуальной собственности (ИС) и рассматривает их как основу для инноваций в сфере промышленности или как источник, вдохновляющий на создание нового культурного, творческого продукта.

На уровне ВОИС проведена глубокая теоретическая проработка проблем применения механизмов права промышленной собственности в сфере традиционной культуры, традиционных знаний и производств, а также путей их преодоления.

В контексте традиционных знаний и традиционных выражений культуры ВОИС уделяет особое внимание средствам индивидуализации таким, как географическое указание (ГУ) и наименование места происхождения товара (НМПТ). Это связано с двумя аспектами данных правовых механизмов. Во-первых, они представляют собой коллективную собственность, во-вторых, географическое происхождение маркируемых продуктов (товаров) является их имманентной основой.

Особую актуальность разработка вопроса применения этих механизмов приобретает в аспекте теоретического конструирования и социального проектирования в рамках изменений Гражданского кодекса Российской Федерации, касающихся ГУ и НМПТ.

Проектирование научно обоснованных решений вышеуказанных задач с помощью института интеллектуальной собственности требует оценки готовности сферы народной художественной культуры и традиционных знаний, как отрасли,

к применению возможностей, формируемых современной экосистемой интеллектуальной собственности. Одним из показателей обозначенной готовности может выступать уровень востребованности услуг в области ИС сферой народной художественной культуры и традиционных знаний.

Результат анализа массива научных публикаций демонстрирует наличие растущего интереса научного сообщества к вопросам охраны интеллектуальной собственности, относящейся к генетическим ресурсам, традиционным знаниям и фольклору. Это обусловлено остротой вопросов укрепления совокупного суверенитета национальных экономик, экономическими, политическими и культурными аспектами влияния традиционных знаний на развитие продовольственных ресурсов и торговли, на охрану окружающей среды и обеспечение прав человека.

Однако, несмотря на междисциплинарный характер рассматриваемого вопроса, уровень освещённости проблем, связанных с охраной традиционных знаний и традиционных выражений культуры в форме ГУ и НМПТ в российской научной литературе нельзя считать удовлетворительным. Это связано с незначительным сроком действия такого средства индивидуализации как географическое указание.

Анализ регламентных документов ВОИС позволяет утверждать, что на данном этапе действующая международная система ИС не обеспечивает в полной мере охрану традиционных знаний и традиционных выражений культуры (ТВК).

Несмотря на широкие различия в интерпретации и применении на национальном уровне, международные стандарты патентного права в целом позволяют применять инструменты патентной охраны лишь к конкретным инновациям, создаваемым на основе традиционных знаний. В соответствии с принципами действующей патентной системы могут охраняться лишь отдельные элементы традиционных знаний, но не системы традиционных знаний как таковых. Охрана промышленных образцов не касается содержания традиционных знаний и в большей степени существенна для охраны ТВК.

Наличие средств индивидуализации, правовая охрана которых распространяется на товары, производимые на основе традиционных знаний, позволяет

оспаривать регистрации обозначений, вводящих потребителей в заблуждение относительно товара или его изготовителя, противоречащих нормам морали или общественному порядку, а также обозначений, являющихся оскорбительными для коренных общин.

Международные стандарты в области авторского права и смежных прав можно рассматривать в качестве одного из способов обеспечения косвенной охраны традиционных знаний, однако она в большей степени применима для охраны ТВК, чем для охраны традиционных знаний.

В России одним из наиболее востребованных механизмов охраны наименований товаров, производимых на основе традиционных знаний, является регистрация ГУ и НМПТ.

Идеи, которые лежат в основе ГУ и НМПТ, подразумевают использование уникальных условий региона для его развития. Поэтому в массив тех культурных, производственных, экономических и прочих феноменов, которые могут лечь в основу ГУ конкретного географического объекта очень часто попадают те, что связаны с традиционными знаниями и ТВК региона (продукты питания, ремесленные изделия, лечебные и косметические средства и т. д.).

Оба объекта права (ГУ и НМПТ) призваны способствовать развитию предпринимательства в регионах и ассоциируются с понятием региональных брендов. Чаще всего они используются для продукции сельского хозяйства, продуктов питания, алкогольной продукции, ремесленных и промышленных изделий [1]. Создание региональных брендов, выпуск продукции, характеристики которого зависят от географического места, способствуют:

- развитию производства и сельского хозяйства в регионах;
- сохранению традиционных способов производства, характерных для конкретного региона;
- воссозданию традиционных уникальных форм производства;
- сохранению культурного и природного наследия;
- сохранению культурного и биологического разнообразия, а также улучшению биоразнообразия;

- обеспечению продовольственной безопасности;
- осуществлению элементов контроля экосистем (управление ландшафтом, водными ресурсами, охрана почв и т. д.).

На конец ноября 2020 зарегистрировано 252 НМПТ на территории России, из которых 82% – минеральная вода, 58% – народные художественные промыслы, 55% – продукты питания, 10% – алкогольная продукция [3].

Основная причина низкой регистрационной активности НМПТ состоит в сложности процедуры [4]. Основная проблема заключается в необходимости получения заключения от регулирующего ведомства (Минздравсоцразвития России, Минпромторг России, Минсельхоз России, Росалкогольрегулирование), подтверждающего соответствие продукта всем заявленным свойствам.

В разрезе субъектов РФ ситуация неоднородная. По состоянию на конец 2020 г. двадцать из восьмидесяти пяти субъектов РФ не имели действующих регистраций НМПТ и ГУ.

Наибольшее число действующих свидетельств об исключительном праве на НМПТ и ГУ в Краснодарском крае (20) и Ставропольском крае (12). Более пяти действующих регистраций средств индивидуализации в виде региональных брендов имеют: Московская область (9), Тульская область (9), Свердловская область (7), Волгоградская область (6), Рязанская область (6), Республика Башкортостан (6), Астраханская область (6), Нижегородская область, Челябинская область (6), Забайкальский край (6).

Продукция народно-художественных промыслов как носитель традиционных знаний составляет в совокупной структуре заявок 16% (НМПТ) и 19% (ГУ) соответственно.

В Чувашской Республике зарегистрировано 4 НМПТ: Шартан чувашский (свидетельство №244), Чувашская вышивка (свидетельство №251), Цивильский хмель (свидетельство №255) и Чувашский хмель (свидетельство №262). Помимо этого, по данным министерства промышленности и энергетики Чувашской Республики, в регионе существуют предприятия, создающие потенциально охраноспособные результаты интеллектуальной деятельности с использованием

коллективных культурных традиций – производства строчевышитых изделий народных художественных промыслов и меда.

Информация из других регионов РФ также свидетельствуют о том, что есть большой объем продукции, производимой на основе традиционных народных знаний и промыслов. Эти данные были получены в результате проводимого Федеральным институт промышленной собственности комбинированного социологического исследования с целью выявления причин низкой востребованности инструментов интеллектуальной собственности сферой народно – художественной культуры [2].

Основные выводы по результатам комбинированного социологического исследования:

- большинство респондентов проявляет интерес к услугам в области регистрации прав интеллектуальной собственности;

- значительная часть респондентов считают, что регистрация прав интеллектуальной собственности может обезопасить деятельность бизнеса и может увеличить доход;

- самыми популярными источниками знаний об услугах в сфере интеллектуальной собственности являются Интернет и профессиональные консультанты;

- главными причинами неосведомленности в данной области являются нехватка времени для изучения темы и незнание о том, где можно получить консультацию;

- самый удобный источник знаний – консультационные пункты;

- самый удобный формат обучения – лекции или курсы в дистанционном формате;

- большая часть респондентов считает, что инициатором организации обучения по регистрации прав интеллектуальной собственности должны быть государство и профильные организации;

– в качестве ключевых проблем респонденты отмечают недостаточно эффективный механизм защиты исключительного права и отсутствие монополии одного лица на обозначение, зарегистрированное в качестве НМПТ или ГУ.

Полученные данные подтверждают необходимость разработки научно-обоснованной методики выявления объектов народной художественной культуры и традиционных знаний, потенциально способных к правовой охране в виде НМПТ и ГУ.

Разработанные в ходе исследования методические материалы и образовательные программы будут способствовать повышению уровня знаний в среде производителей товаров на основе традиционных знаний и традиционных выражений культуры о возможностях использования инструментов интеллектуальной собственности для продвижения и правовой охраны своей продукции.

Список литературы

1. Географические указания // ВОИС [Электронный ресурс]. – Режим доступа: https://www.wipo.int/geo_indications/ru/ (дата обращения: 09.10.2022).
2. Горушкина С.Н. Народная художественная культура как сфера применения современных инструментов интеллектуальной собственности: оценка готовности отрасли / С.Н. Горушкина, Е.Г. Царёва, П.А. Суконкина // Культура: теория и практика. – 2022. – №5 (50).
3. Самохвалова И. Региональный бренд как средство продвижения местной продукции: презентация / И. Самохвалова // Роспатент [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://rospatent.gov.ru/content/uploadfiles/presentations/samohvalova-26112020.pdf> (дата обращения: 21.10.2022).
4. Шереметьева Н.В. Основания, препятствующие регистрации географического указания и наименования места происхождения товаров / Н.В. Шереметьева // Современная наука: актуальные проблемы теории и практики. Серия: Экономика и право. – 2020. – №7. – С. 186–189.