

НАУЧНО-ПРАКТИЧЕСКАЯ КОНФЕРЕНЦИЯ

ПЕТЕРБУРГСКИЕ КОЛЛЕГИАЛЬНЫЕ ЧТЕНИЯ – 2018

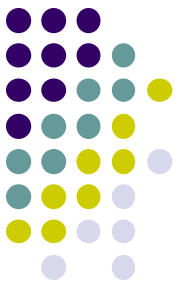
«ИНТЕЛЛЕКТУАЛЬНАЯ СОБСТВЕННОСТЬ:
ТЕОРИЯ И ПРАКТИКА»

27-29 июня 2018 г.

**Значение фигуры потребителя в
праве промышленной собственности
как отражение социальной реальности**

Данилина Е.А., Власова В.Б.

Распредмечивание и опредмечивание по К.Марксу



- Значение фигуры потребителя в праве промышленной собственности состоит в том, что эта фигура является своеобразным «мостиком» между правом и правоприменением. Если задуматься над марксовым пониманием распредмечивания, то процесс перехода товар-марка, который осуществляется с закреплением прав на товарный знак, есть проявление распредмечивания товара и возникновение (опредмечивание) его в новой форме.

Потребитель в ГК

- Как видно из текста тех одиннадцати статей Гражданского кодекса, в которых упоминается потребитель, в основном большинстве норм введение понятия потребителя несет охранительную функцию, поскольку предотвращает введение в заблуждение. Кроме того, привлечение этой фигуры является одним из основных факторов, помогающих вести экспертизу такого комбинированного объекта права как промышленный образец. Важна роль потребителя и в спорных случаях использования сходных решений, а также для квалификации обозначения в качестве общеизвестного товарного знака.

Потребитель по В.И. Даля

- В словаре В.И. Даля слово «*потреба*» определяется как нужда, надобность, необходимость, а слово «*потребитель*» - как «*потребляющий что-либо в разных зачениях*». Для современного понимания понятия потребления очень важна оговорка В.И. Даля о том, что «*потребители в народном хозяйстве противопоставляются производителям, хотя каждый, относительно, есть и то и другое*». Если говорить о современной экспертизе товарных знаков, то потребитель противопоставлен производителю до сих пор, более того, в нашей отрасли потребитель в каком-то смысле стоит над производителем – гипотетическая фигура потребителя призвана решать зачастую сложные вопросы регистрации товарного знака.

Потребитель по С.И. Ожегову

- В словаре С.И. Ожегова генезис этого слова выводится из слова «*потреба*», определяемого как надобность, потребность. При этом потреблять – это «*использовать для удовлетворения потребностей, расходовать на свои нужды*». Потребитель определяется как «*лицо или организация, потребляющие продукты чье-нибудь производства*», в качестве примера приведено устойчивое словосочетание «*товары для массового потребителя*» с разъяснением «*для массового покупателя*», а для слова «*потребление*» в качестве примера приведено словосочетание «*товары широкого потребления*». Эти примеры также отсылочны к праву товарных знаков, ведь именно товары широкого потребления имеются в виду при определении объема притязаний заявки, что еще раз подчеркивает изначально коммерческий, социальный характер многих правовых норм, определяющих понятие товарного знака.

Идеальные конструкции по В.С. Швыреву

- В.С. Швырев писал, что *«обеспечивая проникновение человеческой мысли в слои реальности, недоступные неспециализированному обыденному сознанию, рациональное сознание создает особый мир идеальных конструкций, «теоретический мир», как его называют в философско-методологической литературе»*, и развил эту мысль до вывода о том, что *«в результате вполне возможным становится «отчуждение» этого «теоретического мира» от мира, в котором существуют живые индивиды с их личностным сознанием, замыкание теоретического мира на самого себя и превращения его в некую самодовлеющую «суперструктуру»*.
- Патентоведы в своей ежедневной практике сталкиваются с такой законченной идеальной суперструктурой в виде целого ряда правовых норм и подзаконных актов, регламентирующих получение патентных прав

Благодарю
за внимание!