

Nevet a nyílt forráskódú programoknak!

A védjegyek értéke és fontossága

Tegyük fel, hogy kedvenc ebédlőhelyünkön édesített, szénsavas, karamellszínű, természetes és mesterséges aromákkal ízesített vizet kínálnak. Vajon meginnánk? Érdekelne-e, hogy ki gyártotta? Szeretnénk-e előre tudni, hogy italunk ugyanolyan ízű lesz-e, mint az az ital, amely korábban többször is olyan nagyon ízlett? Most tegyük fel, hogy kedvenc ebédlőhelyünkön Pepsit kínálnak. Nem foszlanának-e szét hirtelen a termék (ilyen vagy amolyan) minőségével kapcsolatos és a felismerhetőségére vonatkozó kérdéseink? Melyiket választanánk a Coca-Cola és a Melvyn's Cola közül? Nagyobb valószínűséggel döntünk-e egy termék mellett pusztán azért, mert ismerjük hírét-nevét?

Mindannyiunkat behálózna a reklámok: a tévé és más hirdetési csatornák folyamatosan termékekkel árasztanak el minket, amelyeket majdnem olyan természetesen építünk be a szóinkünkbe, mintha anyanyelvünk szavai volnának. Ezek a termékek azonban nem a hagyományos értelemben vett szavak, és nem is ugyanolyan használatra szánták őket. Az olyan kifejezések, mint Windows, Apple, Java, Apache, Linux, Jabber és Jboss marketingnevek – védjegyek. Ha a védjegyeket gondosan választják ki, a terméket megóvják és hatékonyan népszerűsítik, a minőség, a hozzáértés és a hírnév jelképeivé válhatnak.

A védjegyek a szabad és nyílt forrású programokat terjesztő cégek legértékesebb vagyontárgyai közé tartozhatnak. Bizonyos fejlesztések esetében a védjegy sokkal fontosabb lehet, mint a program terjesztési szerződése. A védjegyek szellemi tulajdont képeznek, de nagymértékben különböznek a szabadalmaktól, amelyek találmányokat védenek; a szerzői jogoktól, amelyek megnyilatkozásokat védenek, és az üzleti titkoktól, amelyek cégek bizalmas adatait védik. A védjegyek termékek vagy szolgáltatások márkanevei, egy termék hírnevét kell védeniük. Közlebről meghatározva az áruvédjegy olyan szó, név, jelkép vagy eszköz, amely egy cég termékeit azonosítja és megkülönbözteti azokat a versenytársak termékeitől. A szolgáltatás védjegye ehhez hasonló, de szolgáltatásokat különböztet meg. A bejegyzett cégnév egy céget azonosít, nem pedig egy cég egyedi árucikkeit vagy szolgáltatásait. A következőkben a védjegy kifejezést általánosan fogom használni, és figyelmen kívül hagyom a szolgáltatás- és a cégnevek aprólékos megkülönböztetését. Egy cég pusztán egy védjegy választásával nem szerez védjegyhez kapcsolódó jogokat, sőt azzal sem, hogy bejelenteli igényét a használatára. Az Egyesült Államokban a védjegyeket meghatározott árucikkekkkel (vagy szolgáltatásokkal) kapcsolatos használatuk alapozza meg. Vannak előnyei annak, ha a védjegyet bejegyzik az illetékes hivatalnál (US Patent and Trademark Office), de a bejegyzés önmagában nem tesz egy védjegyet érvényessé vagy értékessé. Érvényes és értékkel bíró védjegy csak úgy jöhet létre, ha a védjegyet az árucikkeken ténylegesen használják, illetve marketingtevékenységet végeznek annak érdekében, hogy ismertségét az ügyfelek körében növeljék.

A szabad és nyílt forráskódú termékek bonyolult marketing-feladatot jelentenek. Azok a szerződések, amelyek az ilyen termékekre érvényesek, megkövetelik a forráskód terjesztését, és lehetővé teszik az ebből származtatott termékek létrehozását és terjesztését. Az ilyen termékek terjesztői számára nehéz egyedül az ár terén versenyezni, mert bármely cég, amely rendelkezik a szükséges tudással, letörheti az árakat pusztán az eredeti program lemásolásával. Az ilyen fajta környezetben különösen hasznosak lehetnek a védjegyek. A cégnek először meg kell mutatnia, hogy a terméke magas színvonalú, megbízható, hatékony, sok szolgáltatást nyújt és felhasználóbarát. Ígérhet folyamatos javításokat, terméktámogatást, felhasználói csoportokat, és más tevékenységeket is végezhet az ügyfélkör kiépítése érdekében. Később az erőfeszítések eredményeképpen a cég ügyfelei a termékek vagy szolgáltatások védjegyeit társítani kezdik ezekkel a termékekkel vagy szolgáltatásokkal. Az új vagy visszatérő üzletfelek olyan árukért és szolgáltatásokért fognak fizetni, amelyek vélhetően megérik a rájuk fordított pénzt, és olyan termékeket fognak előnyben részesíteni, amelyek márkajelzését fölismerik.

A védjegyek korlátozzák a szabad és nyílt forráskód bizonyosfajta leágazásait is. A felhasználói szerződés ugyan lehetővé teszi, hogy mások a mi kódunkból származó munkákat hozzanak létre, de nem engedi meg (és valószínűleg megvan a jogi ok, amiért nem is engedheti meg), hogy a leszármazott termékek a mi védjegyünket viseljék. Minden olyan iparágban, ahol technikai értelemben nem nehéz új terméket létrehozni, legyen az a kólaipar vagy a szabad és nyílt forráskódú programok ipara, a termékek és szolgáltatások védjegyei nyújthatják a legjobb védelmet egy cég termékeinek és szolgáltatásainak. Mindennap tapasztaljuk ezt, amikor a vásárlók Coca-Colát vagy Pepsit rendelnek Melvyn's Cola helyett. Ugyanezen okból vásárolnak RedHat Linuxot és nem „Jó Őcsó” Linuxot. Ezért uralják a Hálót az Apache-kiszolgálók, nem pedig az Apache eredeti kódjára épülő kiszolgálók. És ezért lehetséges okosan megválasztott, tökéletesített és használt védjegyekkel megvédeni a szabad és nyílt forráskódú programjaink piacát azoktól a versenytársaktól, akik csupán le akarják másolni a munkánkat, és hasznot húzni a jól megérdemelt hírnevünkéből.

A jogi tanácsadás megfelelő kerete egy jogász-ügyfél kapcsolat, amely egy adott helyzet minden tényállását figyelembe veszi, és a helyileg érvényes jognak felel meg. Bár ezt a cikket egy jogász írta, a benne foglalt adatok nem helyettesíthetik az esetre szabott, bejegyzett jogásztól származó tanácsadást.



Lawrence Rosen

(www.rosenlav.com) magángyakorlatot folytató jogász a kaliforniai Redwood Cityben. A Nyílt Forrás Kezdeményezés (Open Source Initiative) ügyvezető igazgatója és jogtanácsosa (www.opensource.org).

