

Bài 3 (Phần 1)

BẢO HỘ NHÃN HIỆU ÂM THANH

Phần I: Đối tượng được sử dụng và bảo hộ làm nhãn hiệu âm thanh

Nhãn hiệu âm thanh là nhãn hiệu được tạo ra từ các dấu hiệu là âm hưởng, nhận biết bằng thính giác, có thể do tổ hợp các đơn âm hoặc thang âm cấu thành, dùng để phân biệt nguồn gốc thương mại của sản phẩm hoặc dịch vụ. Từ cuối thế kỷ 20, nhãn hiệu âm thanh đã được sử dụng và chấp nhận bảo hộ ở nhiều quốc gia. Một số nhãn hiệu âm thanh đã được bảo hộ và sử dụng rộng rãi như tiếng gầm của sư tử cho dịch vụ giải trí truyền hình của hãng MGM (Mỹ), tiếng chuông điện thoại mặc định của hãng NOKIA (Phần Lan), tiếng sấm rền của hãng mô tô Harley – Davison (Mỹ) hoặc bốn nốt nhạc lên bổng xuống trầm của hãng HISAMISU (Nhật Bản)...

Nghiên cứu các điều khoản quy định về dấu hiệu có thể cấu thành nhãn hiệu trong pháp luật nhãn hiệu của các nước cho thấy, đối với những nước chấp nhận bảo hộ nhãn hiệu âm thanh, không quy định cụ thể hoặc liệt kê các loại âm thanh có thể sử dụng làm nhãn hiệu mà chỉ đưa ra tiêu chuẩn là âm thanh phải có khả năng phân biệt, ngoài ra một số nước yêu cầu về cách thức thể hiện dưới dạng đồ họa. Như vậy có thể thấy, tất cả các loại âm thanh (gồm âm nhạc, tiếng động tự nhiên, tiếng kêu của người, động vật...) đều có thể được sử dụng làm nhãn hiệu nếu đáp ứng tiêu chuẩn về khả năng phân biệt.

Theo WIPO, nhãn hiệu âm thanh có thể bao gồm: những âm thanh là âm nhạc, âm nhạc này có thể là đã tồn tại từ trước, cũng có thể là được sáng tác mới để phục vụ cho mục đích đăng ký nhãn hiệu hoặc những âm thanh không phải là âm nhạc đang tồn tại trong tự nhiên (ví dụ: như tiếng kêu của các con vật hoặc những âm thanh được tạo ra bởi những đặc tính địa lý hoặc khí tượng học) hoặc những âm thanh được tạo ra bởi các thiết bị, máy móc hoặc những phương tiện do con người tạo ra. Hiệp hội Nhãn hiệu quốc tế (INTA) cũng đưa ra định nghĩa: nhãn hiệu âm thanh là loại nhãn hiệu có thể bao gồm một giai điệu, một đoạn nhạc hoặc âm thanh khác. Nhãn hiệu âm thanh đó có thể là một đoạn trích từ một tác phẩm âm nhạc hoặc toàn bộ tác phẩm. Những dấu hiệu âm thanh là âm nhạc có thể có được từ hoạt động tự sáng tác (ví dụ như “đoạn nhạc khởi động máy của Nokia”), có thể sáng tác với mục đích để sử dụng làm nhãn hiệu hoặc có thể lấy từ các bài hát, điệu nhạc sẵn có như chín nốt nhạc đầu của bản nhạc “Für Elisa”. Trong một số

trường hợp, có thể là những âm thanh hàng ngày trong những trường hợp đặc biệt.

Ở Úc, nhãn hiệu âm thanh có thể là bất kỳ thứ tiếng gì có thể nghe được. Đó có thể là những đoạn nhạc phức tạp, hoặc là những âm thanh đơn giản như tiếng động của máy móc, một đoạn bài hát, điệp khúc, cũng có thể kết hợp nhiều thứ âm thanh với nhau. Lời văn được hát theo giai điệu hoặc thể hiện dưới dạng nói ra hoặc là sự kết hợp của tiếng nói với những âm thanh khác, tiếng kêu của động vật như tiếng chó sủa, tiếng vịt kêu, sư tử gầm, tiếng chuông hoặc tiếng khóc của em bé... đều có thể làm nhãn hiệu âm thanh miễn là dấu hiệu đó phải thực hiện được chức năng là giúp người tiêu dùng xác định được nguồn gốc thương mại của hàng hóa/ dịch vụ. Theo một nghiên cứu sơ bộ, trong vòng hơn 10 năm kể từ khi thực thi Luật Nhãn hiệu năm 1995, khoảng 50% số lượng đơn đăng ký nhãn hiệu âm thanh ở Úc được cấp văn bằng bảo hộ, các nhãn âm thanh thường được đăng ký cho các sản phẩm, dịch vụ như: thăm trải, dịch vụ cung cấp rau quả đông lạnh, mỹ, dịch vụ máy tính, an toàn giao thông, điện ảnh...¹

Ở Trung Quốc, nhãn hiệu âm thanh được quy định là nhãn hiệu được cấu thành từ yếu tố âm thanh có khả năng phân biệt nguồn gốc của sản phẩm/dịch vụ. Nhãn hiệu âm thanh có thể được cấu thành từ âm thanh là âm nhạc, ví dụ như một đoạn nhạc; cũng có thể cấu thành từ âm thanh không phải là âm nhạc, ví dụ như các âm thanh tự nhiên, tiếng người hoặc tiếng kêu của động vật; cũng có thể là sự kết hợp của cả âm thanh là âm nhạc và âm thanh không phải là âm nhạc. Ngày 14 tháng 05 năm 2016, nhãn hiệu âm thanh đầu tiên của Đài phát thanh quốc tế Trung Hoa (China Radio International - CRI) đã được đăng ký tại Trung Quốc. Nhãn hiệu âm thanh này là bài hát bắt đầu của chương trình phát sóng của CRI, kéo dài khoảng 40 giây. Thực tế là CRI đã bắt đầu sử dụng dấu hiệu âm thanh trên kênh phát sóng của mình từ năm 1998. Nhãn hiệu âm thanh của CRI được cấu thành từ những âm thanh của tiếng kèn co, kèn trumpet, nhạc của đàn dây và tiếng người nói “China Radio International”. Nhãn hiệu âm thanh bắt đầu có khả năng được đăng ký bảo hộ ở Trung Quốc kể từ năm 2014 sau khi có những thay đổi trong Luật nhãn hiệu của Trung Quốc. Do đó, những đoạn nhạc nền cho các trò chơi máy tính, những bài hát bắt đầu hay kết thúc của chương trình, những quảng cáo dưới dạng nhạc... có thể được chấp thuận bảo hộ theo Luật Nhãn hiệu của Trung Quốc. Tiếp theo đơn đăng ký nhãn hiệu âm thanh đầu tiên này, hàng loạt các

¹ Helen Dawson. Non-convention Trademark in Australia. [EB/OL][2009-10-25] <http://www.china.embassy.gov.au/bjngchinese/Dawson.html>

công ty trong lĩnh vực giải trí, truyền thông, thiết bị điện tử viễn thông đã tiến hành nộp đơn đăng ký nhãn hiệu cho các âm thanh mà các công ty này đã sử dụng, ví dụ như tiếng thông báo của phần mềm chat QQ...

Ở Đài Loan, nhãn hiệu âm thanh có thể là nhãn hiệu âm nhạc ví dụ như một đoạn nhạc hoặc một đoạn bài hát, cũng có thể là âm thanh không phải là âm nhạc ví dụ như tiếng than của người hoặc tiếng gầm của sư tử. Và điều căn bản là dấu hiệu âm thanh đó phải có chức năng chỉ rõ nguồn gốc của sản phẩm/dịch vụ.

Trong khi đó, theo thống kê sơ bộ trên cơ sở dữ liệu công khai của USPTO, những âm thanh được sử dụng và đăng ký bảo hộ nhãn hiệu tại Mỹ thì phần lớn là âm nhạc, một số là tiếng kêu của con vật và một số khác là những lời văn được nói ra hoặc hát theo giai điệu hoặc tạo ra những âm thanh khác nhau. Những âm thanh có sử dụng nhạc cụ như trống kèn là tương đối phổ biến ví dụ như một nhịp trống ngắt quãng, tiếng gõ cửa bằng tay 2 lần, một tiếng vỗ tay theo sau bởi một một tiếng dậm mạnh và sau đó một tiếng vỗ tay rồi lại một tiếng dậm mạnh và được kết thúc bằng một tiếng vỗ tay với một âm thanh kêu sột soạt. Nhưng có lẽ, âm thanh kỳ quái nhất đã được đăng ký ở Mỹ đó là âm thanh của methamphetamine đốt cháy (bắt đầu là tiếng bật lửa, tiếp theo là tiếng của bộ phận đánh lửa và những âm thanh kêu tanh tách....). Nhắc đến nhãn hiệu âm thanh của Mỹ, phải kể nhãn hiệu âm thanh của Công ty NBC, nhãn hiệu âm thanh đầu tiên được đăng ký tại Mỹ vào năm 1950. NBC đã đăng ký thành công tiếng chuông NBC sử dụng ở trên đài phát thanh và đài truyền hình của NBC. Ba nốt tạo nên tiếng chuông là Sol, Mi và Đô. Về cơ bản, NBC muốn đánh dấu tên tuổi của mình bằng thứ âm thanh mà bất kể người nào khi nghe âm thanh đó sẽ ngay lập tức liên tưởng âm thanh đó là của NBC. Sau khi nhãn hiệu này hết hạn, năm 1971, công ty NBC lại đăng ký tiếp âm thanh 3 tiếng chuông (số đăng ký 72349696). Cho đến nay, số lượng nhãn hiệu âm thanh của Mỹ đã tăng lên rất nhiều, một số nhãn hiệu âm thanh khá nổi tiếng đã được đăng ký như tiếng chuông của NBC, tiếng sư tử gầm của MGM, chuỗi 5 nốt nhạc của Intel cho bộ xử lý Pentium, bài hát chủ đề “Sweet Georgia Brown” của Harlem Globetrotters.

Đa số các nước châu Âu đều quy định bất kỳ dấu hiệu nào cũng có thể được đăng ký làm nhãn hiệu với điều kiện có khả năng thể hiện dưới dạng đồ họa, với cách hiểu như vậy, nhãn hiệu âm thanh cũng có thể được đăng ký. Không có quy định cụ thể hơn về loại hình hoặc độ dài âm thanh có thể được sử dụng và đăng ký làm nhãn hiệu. Người nộp đơn nhãn hiệu cộng đồng chủ yếu cần phải đáp ứng yêu cầu về hình thức là thể hiện dưới dạng đồ họa âm thanh đó khi nộp đơn. Một đoạn âm thanh là một giai điệu, hay một đoạn

chuông điện thoại có thể dễ dàng được đăng ký làm nhãn hiệu miễn là chúng đáp ứng được yêu cầu về khả năng phân biệt. Trước năm 2005, ở EU chỉ các đoạn nhạc được đăng ký làm nhãn hiệu, ngoài ra các loại tiếng động khác không được chấp nhận bảo hộ bởi khi đó Cơ quan hài hòa hóa châu Âu (OHIM, nay là EUIPO) chỉ chấp nhận hình thức khuông nhạc là hình thức thể hiện âm thanh dưới dạng đồ họa, các loại hình khác như sóng âm (sonogram) không được OHIM chấp nhận. Bởi vậy các loại âm thanh như tiếng chó sủa hay tiếng sóng vỗ... không được bảo hộ làm nhãn hiệu. Năm 2005, có sự thay đổi trong hệ thống pháp luật mà theo đó OHIM chấp nhận hình ảnh sóng âm như một hình thức thể hiện bằng đồ họa của nhãn hiệu nếu chúng được đi kèm theo bởi một file âm thanh MP3 khi nộp đơn điện tử.

Tổng hợp thực tiễn sử dụng và đăng ký bảo hộ nhãn hiệu âm thanh của một số nước cho thấy đối tượng được bảo hộ nhãn hiệu âm thanh bao gồm:

Thứ nhất, tất cả các loại âm thanh thuộc một trong các loại âm thanh dưới đây được sử dụng độc lập hoặc kết hợp với nhau:

- Âm nhạc (cả nhạc có lời và nhạc không lời), âm nhạc có thể là một đoạn nhạc hoặc cả một bản nhạc đã tồn tại hoặc mới được sáng tác;

- Các âm thanh là tiếng của con người phát ra, ví dụ như tiếng hét, cười, khóc của con người...;

- Các âm thanh do các hoạt động của con người tạo ra, ví dụ như tiếng vỗ tay, tiếng bước chân chạy...;

- Các âm thanh là tiếng kêu của động vật, ví dụ như tiếng vịt kêu, tiếng sư tử gầm, tiếng gà gáy, tiếng chim hót, tiếng chó sủa...;

- Các âm thanh là tiếng động phát ra từ động cơ, máy móc, ví dụ như tiếng nổ máy, tiếng chuông...;

- Các âm thanh là tiếng động tự nhiên, ví dụ như tiếng sấm sét, tiếng mưa rơi, tiếng gió rít...;

Thứ hai, không có quy định về độ dài đoạn âm thanh được sử dụng và đăng ký làm nhãn hiệu. Hiện âm thanh ngắn nhất được sử dụng và đăng ký nhãn hiệu có độ dài 1 giây, đa phần các nhãn âm thanh có độ dài dưới 30 giây.

Các sản phẩm, dịch vụ được sử dụng nhãn hiệu âm thanh thường là các nhóm sản phẩm dịch vụ liên quan đến phần mềm máy tính; dịch vụ giải trí truyền hình; thiết bị và dịch vụ viễn thông; dịch vụ cung cấp dữ liệu trên internet; các sản phẩm thông minh; thiết bị, dịch vụ y tế....

Một số ví dụ về nhãn hiệu âm thanh đã được đăng ký bảo hộ:

Nhãn hiệu âm thanh được bảo hộ tại Mỹ cho sản phẩm nhóm 5

EXHIBIT A
Applicant: Nationwide Mutual Insurance Company
Filing Date: Filed herewith
Mark: NATIONWIDE IS ON YOUR SIDE (Sound Mark)
Class: 36
Docket: 205US1

Corporate Identity Manual

1 Nationwide Is On Your Side. 3

2

Nationwide Insurance 5
Nationwide Is On Your Side. 4

Nhãn hiệu âm thanh được bảo hộ tại Mỹ cho dịch vụ bảo hiểm nhóm 36

Merrily

B C Clark Jewelers

Nhãn hiệu âm thanh được bảo hộ tại Mỹ cho dịch vụ tổ chức sự kiện, cửa hàng bán lẻ trang sức... nhóm 35



Nhãn hiệu âm thanh được bảo hộ tại EU cho dịch vụ nhóm 35

Dải âm tần:

The spectrogram shows a sequence of bird sounds over time. The x-axis represents time in seconds, with markers every 11 seconds from 11 to 210. The y-axis represents frequency. The sounds are represented by green vertical lines of varying heights and widths, indicating different frequencies and durations. A digital display at the bottom shows a time of 0:34.670.

Mô tả:

Một chuỗi âm thanh bao gồm tập hợp các tiếng kêu của nhiều loại chim, được sắp xếp theo thứ tự liên tiếp. Các thành phần âm thanh của chuỗi bao gồm các tiếng chim sau đây: bốn tiếng động khác nhau được tạo ra bởi chim én, và jay, sáo, chim đen, chim ung. Tổng thời lượng của âm thanh là 35 giây.

Nhãn hiệu âm thanh được bảo hộ tại EU cho các sản phẩm, dịch vụ thuộc các nhóm 9, 38 và 45

Khuông nhạc và lời:

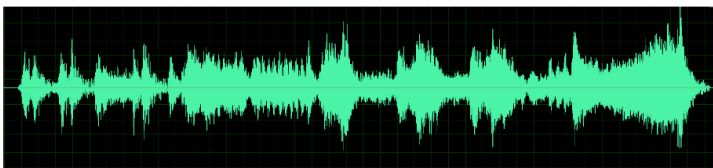


↑ ↑ ↑ ↑ ↑
He--ll--o--ku--gou--

Mô tả:

Cách phát âm của nhãn hiệu âm thanh là cụm từ "hello hello kugou", sử dụng nhịp bốn bốn (mỗi phần âm nhạc gồm bốn nhịp, và mỗi nhịp là một nốt) trên khóa Sol. Nhãn hiệu gồm hai phần, phần đầu là nhạc có kết hợp âm từ, phần sau chỉ có phần âm nhạc.

Nhãn hiệu âm thanh được bảo hộ tại EU cho các sản phẩm, dịch vụ thuộc các nhóm 9, 35, 38, 41 và 45



Nhãn hiệu âm thanh được bảo hộ tại EU cho các sản phẩm, dịch vụ thuộc các nhóm 9, 38 và 42

Trung tâm Nghiên cứu, Đào tạo và Hỗ trợ, Tư vấn

(*Tổng hợp từ kết quả Nhiệm vụ khoa học “Nghiên cứu cơ sở lý luận và thực tiễn bảo hộ nhãn hiệu âm thanh và mùi”*)