

2017-02-23

Yttrande angående betänkandet En känneteckensrättslig reform, SOU 2016:79

Institutet för språk och folkminnen överlämnar härmed synpunkter på de delar av betänkandet som tangerar myndighetens verksamhetsområden namnvård och språkvård.

Sammanfattning

Institutet vill understryka vikten av att det finns språk- och namnexpertis hos de instanser som beslutar om företagsnamn, varumärken och liknande. Om det inte är möjligt att inneha denna kompetens hos respektive beslutande myndighet, skulle expertis kunna fås genom ett remissförfarande till institutet.

Vi vill även poängtera att ingen kan äga eller patentera ett ortnamn eller ett ord i allmänspråket. Som språkmyndighet vill vi framföra att betänkandet och kommande lagstiftning beaktar språkliga, språkvårdande och namnvårdande aspekter, t.ex. allmänna svenska skrivkonventioner såsom de uttrycks inte minst i Svenska skrivregler som allmänt rättesnöre för svenska brukstexter inklusive namnkonstruktioner.

Generella synpunkter

Användningen av ortnamn och personnamn i företagsnamn är omfattande och mot bakgrund av detta vill institutet poängtera vikten av tydliga riktlinjer både när det gäller att beakta god ortnamnsed och iakttä språkriktighetsregler.

Eftersom ortnamn ofta utgör en del speciellt i namn på samfällighetsföreningar, men också i företagsnamn och i varumärken saknar vi en hänvisning till den grundläggande regleringen för ortnamn och namnvård som finns i 1 kap. § 4 i kulturmiljölagen (2013:548). I denna uttrycks vad som avses med god ortnamnsed.

4 § God ortnamnsed

Vid statlig och kommunal verksamhet ska god ortnamnsed iakttas. Det innebär att

- hävdvunna ortnamn inte ändras utan starka skäl,
- ortnamn i övrigt stavas enligt vedertagna regler för språkriktighet, om inte hävdvunna stavningsformer talar för annat,
- påverkan på hävdvunna namn beaktas vid nybildning av ortnamn, och

- namn på svenska, samiska, finska och meänkieli så långt möjligt används samtidigt på kartor samt vid skyltning och övrig utmärkning i flerspråkiga områden. Namn som godkänts av Lantmäteriet ska i statlig och kommunal verksamhet användas i sin godkända form.

Institutet vill även särskilt framhålla att bestämmelserna i personnamnslagen som träder i kraft den 1 juli 2017 innehåller särskilt skydd för efternamn som används i exv. näringsverksamhet, varumärken samt konstnärnamn (§§ 16–18). Det bör finnas en tydlig hänvisning mellan de nu aktuella lagarna samt nya personnamnslagen. I betänkandet är det nu oklart om det är den gällande personnamnslagen eller den lag som träder i kraft den 1 juli 2017 som man hänvisar till.

Ortnamnsaspekter

Våra ortnamn är en del av vårt immateriella kulturarv, de har ett starkt allmänt intresse och är viktiga för vår identitet och bör behandlas med varsamhet i olika former av kommersiella verksamheter. Det finns även flera FN-resolutioner där dessa aspekter framhålls som väsentliga för tryggheten av kulturarvet i varje land. Till detta kan även läggas Unescos konvention om tryggheten av det immateriella kulturarvet som kom till 2003 och ratificerades av Sverige 2011. En av utgångspunkterna för att implementera konventionen är att kommersiella krafter inte får hota det immateriella kulturarvet. Det är särskilt viktigt att kommersiellt utnyttjande inte får förvanska detta kulturarvs betydelse för samhället.

Vi vill här särskilt kommentera kap. 1.5 Förslag till lag om ändring i lagen (1973:1150) om förvaltning av samfälligheter. Namn på samfällighetsföreningar innehåller ofta ett ortnamn, det kan exv. vara ett by- eller gårdsnamn, kvartersnamn eller liknande. Här bör beslutande myndighet vara uppmärksam på att i de fall företagsnamnet innehåller sådant ortnamn ska detta följa den stavning eller form som det fastställda ortnamnet har. Det kan exv. handla om att använda en s.k. dekorativ stavning (Qvarnen istället för Kvarnen) eller gammalstavning (Gefle istället för Gävle). Namn på samfälligheter är i sådant allmänt bruk att de kan få en oönskad inverkan på det genuina ortnamnsskicket och i vissa sammanhang anses vara hävdvunna. Detta är inte förenligt med god ortnamnsred. Det bör sålunda framgå av den nya lagen att god ortnamnsred ska beaktas i dessa namnbeslut.

Språkliga aspekter

I det följande tar vi ställning till mer detaljerade frågor i betänkandet:

1. Sidorna 162 resp. 243 i betänkandet , om ordböcker o.d. (18 § i Förslag till lag om ändring i varumärkeslagen)
 - a) Betänkandet lyfter fram ordboksutgivarens skyldighet att hörsamma varumärkesägarens önskan om att ta med ”uppgift om att varumärket är skyddat”. Till

detta borde läggas att undantag gäller för juridiskt degenererade varumärken, i synnerhet som det ofta är fråga just om sådana varumärken när de i ordböcker används som "sedvanlig beteckning". Det borde även förtydligas att ordboksredaktioner inte är skyldiga att eliminera varumärken helt ur en publikation, om de uppenbart används generiskt. Ordboksredaktioner utsätts mycket ofta för sådana krav från varumärkesägare, så ett sådant förtydligande vore välkommet.

b) *Varumärket* kan tolkas som att reglerna endast gäller varumärkets egentliga form, inte t.ex. verb och andra avledningar eller sammansättningar av varumärket. Gäller reglerna både fall som *jeep* (grundform), *googla* (avledning) och *tetravin* (sammansättning), bör det förtydligas.

c) På s. 244 ges en motivering till bestämmelsen:

Syftet med bestämmelsen är att hindra att ett varumärke återges på ett sådant sätt att det degenereras. Om ett varumärke degenererar och förlorar sin särskiljningsförmåga, kan registreringen av varumärket komma att hävas.

Vi vill framhålla att den motiveringen kan ifrågasättas: Att varumärken används generiskt behöver inte innebära att varumärkesskyddet förloras, såvida inte varumärkesägaren själv anser att värdet i varumärket gått förlorat; jämför förhållandena för varumärken som *Jeep* och *Vespa* som använts generiskt i decennier och ändå är skyddade varumärken. En minimal ändring vore att justera till "inte främja ytterligare degenerering" e.d. Det behövs samtidigt något slags hänvisning till kriterier för vad som ska bedömas som degenererade varumärken.

Den främsta invändningen är alltså att bestämmelserna i stort endast avspeglar varumärkesägarnas juridiska perspektiv och att det saknas en förståelse både för ords utveckling och användning och för ordböckers syfte.

2. Patent- och registreringsverkets (PRV) språkliga bedömningar av varumärken och företagsnamn

a) Vi efterlyser tydligare kriterier för PRV:s språkliga bedömning av både varumärken och företagsnamn. Det bör även finnas direktiv om att PRV i språkligt svåra principfall bör samråda med språk- och namnexpertis på Institutet för språk och folkminnen och ev. andra experter med relevant språklig kompetens. En bedömning av degenerering av varumärken bör t.ex. alltid inkludera språkvetenskaplig expertis.

b) Redan i lagstiftningen bör det framgå att det bör saknas möjlighet att inregistrera skyddade varumärken och företagsnamn som bygger på allmänspråkliga uttryck. Bestämmelserna bör även omfatta t.ex. allmänna ord eller fraser som någon försöker skaffa sig ensamrätt till. Ett exempel är Socialdemokraternas användning av "den nordiska modellen", som man tidigare försökt hävda ensamrätt till.

c) På sidan 244 i betänkandet står:

Den aktuella bestämmelsen tar sikte bara på användning i uppslagsverk eller liknande skrifter. Men det är naturligtvis allmänt sett önskvärt att varumärken även i andra sammanhang så långt lämpligt återges på ett sådant sätt att det framgår att det är fråga om ett skyddat varumärke.

Vi föreslår att åsikter som faller utanför själva bestämmelserna stryks. Det finns annars risk för att varumärkesägare tar sådana formuleringar som intäkt för att kräva att man i allmänspråket (i t.ex. dagstidningar) stryker ord som *tetranin* eller yrkar på att man använder samma logotypskrivning som företaget själva gör.

Ytterligare information

För information om ortnamnsvård se t.ex. nedanstående länkar:

<https://unstats.un.org/unsd/geoinfo/UNGEGN/default.html>

<http://www.sprakochfolkminnen.se/sprak/namn/ortnamn/ortnamnsvard.html>

För mer information om språkvårdens perspektiv på varumärkesfrågor, se t.ex. denna text om ordet ogooglebar, inkl. en diskussion om skillnaden mellan appellativiserade och juridiskt degenererade varumärken:

<http://www.sprakochfolkminnen.se/om-oss/nyheter-och-press/nyhetsarkiv/nyheter-2013/2014-02-06-orden-tillhor-alla.html>

För exempel om allmänspråkliga uttryck som varumärken eller företagsnamn:

<https://www.facebook.com/Sprakradet/posts/1152197834791039>

<http://www.sprakochfolkminnen.se/om-oss/nyheter-och-press/nyhetsarkiv/nyheter-2014/2014-02-05-fritt-fram-for-frunch.html>