

Научная статья

**ОСОБЕННОСТИ ЭКСПЕРТИЗЫ ТОВАРНЫХ ЗНАКОВ,
ПРОТИВОРЕЧАЩИХ ОБЩЕСТВЕННЫМ ИНТЕРЕСАМ,
ПРИНЦИПАМ ГУМАННОСТИ И МОРАЛИ**

Александр Анатольевич Егоров

Российская государственная академия интеллектуальной
собственности, Москва, Россия

магистрант

<https://orcid.org/0009-0001-0078-8446>

Аннотация. В статье рассматриваются проблемные вопросы, возникающие при экспертизе обозначений, представляющих собой или содержащих элементы, противоречащие общественным интересам, принципам гуманности и морали. Анализируются вопросы правомерности отказа в регистрации таким обозначениям. Приводятся практические примеры как отклоненных, так и зарегистрированных товарных знаков с неоднозначным смысловым наполнением, которое может вызывать негативные эмоции и возмущение общества.

Ключевые слова: товарные знаки, интеллектуальная собственность, исключительное право, «скандальные» знаки, оскорбительные слова

Original article

**PECULIARITIES OF EXPERTISE OF TRADEMARKS THAT ARE
CONTRARY TO PUBLIC INTERESTS, PRINCIPLES OF HUMANITY
AND MORALITY**

Alexander A. Egorov

Russian State Academy of Intellectual Property, Moscow, Russia

master's student

<https://orcid.org/0009-0001-0078-8446>

Annotation. The article deals with the problematic issues arising during the examination of designations that represent or contain elements that contradict public interests, principles of humanity and morality. The issues of legality of refusal to register such designations are analysed. Practical examples of both rejected and registered trademarks with ambiguous semantic content, which may cause negative emotions and public indignation, are given.

Key words: trademarks, intellectual property, exclusive right, “scandalous” marks, offensive words.

При регистрации товарного знака заявленное обозначение в обязательном порядке подлежит оценке на предмет охраноспособности, которую осуществляет федеральный орган исполнительной власти по интеллектуальной собственности (далее – Роспатент). В ходе проведения экспертизы заявленного обозначения, также именуемой в литературе по аналогии с патентным правом – экспертизой по существу¹, проверяется соответствие заявленного обозначения требованиям статей 1477 и 1483 Гражданского кодекса Российской Федерации (далее – ГК РФ), при этом в отношении статьи 1483 ГК РФ проводится «усеченная» – только в отношении части установленных оснований для отказа, в то время как в отношении другой части такие основания могут быть предметом последующих административных или судебных оспариваний (при столкновении с правами на объекты авторского права, коммерческие

¹ См. например, Айрапетов Н.А. Принцип добросовестности и требование о злоупотреблении правом при регистрации товарного знака // Имущественные отношения в Российской Федерации. 2024. N 1. С. 93 - 99.

обозначения, фирменные наименования, селекционные достижения, сертификационные знаки, имена известных личностей). Проверочная процедура мотивирует участников рынка добросовестно подходить как к выбору знаков на регистрацию и более ответственно относиться к своим исключительным правам². Вместе с тем нередко заявители в погоне за вирусным распространением информации об обозначении через так называемый «агрессивный маркетинг»³ используют и подают на регистрацию обозначения, которые могут иметь неоднозначную трактовку в среде потребителей.

Одним из оснований для отказа, проверка которого производится на этапе экспертизы по существу, является недопущение предоставления исключительного права таким товарным знакам, которые могли бы вызвать возмущение членов общества. Подобные запретительные нормы и ранее включались в действовавшее на территории России законодательство⁴.

Современное регулирование не допускает регистрацию обозначений, представляющих собой или содержащих элементы, противоречащие общественным интересам, принципам гуманности и морали (пп. 2 п. 3 ст. 1483 ГК РФ). К ним могут быть отнесены, например, очевидно грубые знаки, имеющие негативно-экспрессивную или оскорбительную окраску, пошлый подтекст, нарушающие закон лозунги и призывы⁵.

Согласно подзаконным нормативным правовым актам при рассмотрении вопроса о противоречии заявленного обозначения общественным интересам, принципам гуманности и морали учитывается, что к таким обозначениям относятся, в частности, неэтично примененная

² Ивлиев Г.П., Терещенко О.И. Виды процедур регистрации товарных знаков в странах Евразийской патентной организации // Вестник ФИПС. 2023. Т.2 № 1(3), Москва. С. 12-16.

³ URL: <https://www.forbes.ru/svoi-biznes/441021-kak-set-ebidoebi-raskrutilas-blagodara-agressivnomu-marketingu?ysclid=m3shx6ebys49153943> (дата обращения: 20.11.2024)

⁴ Горленко С. А., Погребинская Т. Ю. Практика отнесения заявленных на регистрацию в качестве товарных знаков обозначений к категории противоречащих общественным интересам, принципам гуманности и морали. — М.: ИНИЦ Роспатента, 2003. — 23 с.

⁵ Терещенко О.И., Сычев А.Е. Правовая охрана товарных знаков, наименований мест происхождения товаров и географических указаний (по российскому законодательству): пособие О.И. Терещенко, А.Е. Сычев; под общ. ред. А.О. Аракеловой. - М.: ФГБОУ ВО РГАИС, 2024. - 76 с.

национальная и (или) государственная символика (гербы, флаги, эмблемы), антигосударственные лозунги, слова и изображения непристойного содержания, призывы антигуманного характера, оскорбляющие человеческое достоинство, религиозные чувства верующих, слова, написание которых нарушает правила орфографии⁶.

В соответствии с пунктом 4.2 Руководства по осуществлению административных процедур и действий в рамках предоставления государственной услуги по государственной регистрации товарного знака, знака обслуживания, коллективного знака и выдаче свидетельств на товарный знак, знак обслуживания, коллективный знак, их дубликатов, утвержденные приказом ФИПС от 20.01.2020 №12, под общественными интересами подразумевается публичный порядок, основы правопорядка.

Принципы гуманности – это основополагающие идеи в области реализации человеческих интересов и ценностей, например, принцип равенства, принцип справедливости, провозглашение человека, его прав и свобод высшей ценностью.

Принципы морали – это моральные требования, выраженные наиболее обобщенно, например, гуманизм, патриотизм, гражданственность. Принципы морали выражают выработанные в моральном сознании общества требования, касающиеся нравственной сущности человека, его назначения, смысла его жизни и характера взаимоотношений между людьми.

Стоит отметить, что экспертиза оценивает восприятие заявленных обозначений в целом, то есть те образы, которые могут возникнуть у рядового потребителя при реальном использовании обозначений для маркировки товаров и услуг на рынке: будут ли ассоциации иметь неприличную трактовку и негативно экспрессивный окрас. Это относится не только к словам, имеющим бранное значение, но и тем, которые могут быть

⁶ Пункт 37 Правил составления, подачи и рассмотрения документов, являющихся основанием для совершения юридически значимых действий по государственной регистрации товарных знаков, знаков обслуживания, коллективных знаков, которые утверждены приказом Минэкономразвития России от 20 июля 2015 №482 (далее – Правила)

восприняты в данном контексте, например, за счет исполнения их буквами алфавита, отличного от кириллического. В такой ситуации экспертиза укажет, что данные элементы не являются, а лишь «могут восприняты» как транслитерация ругательного или грубого слова, и сделает вывод, что его использование в качестве средства индивидуализации для любых товаров и услуг противоречит общественным интересам, принципам гуманности и морали.

В этой ситуации заявитель может доказывать (1) отсутствие перевода в словарно-справочных изданиях, (2) неоднозначность транслитерации (исходя из исходя из ГОСТ Р 52535.1-2006) и восприятия потребителями.

Согласно пункту 4 Рекомендаций по отдельным вопросам экспертизы заявленных обозначений, утвержденные приказом Роспатента от 23.03.2001 №39, обозначения, состоящие из терминов, противоречащих общественным интересам, принципам гуманности и морали, называют также «скандальными» знаками. Их регистрация довольно часто является противоречивой с позиции оценки достоверности сделанных экспертизой Роспатента или Судом по интеллектуальным правам выводах⁷. Стоит отметить, что на этапе экспертизы заявленного обозначения какого-либо фактического исследования среди потенциальной целевой группы потребителей не проводится.

По аналогии с устоявшейся практикой по установлению сходства до степени смешения товарных знаков, когда при определении вероятности смешения также могут учитываться представленные лицами, участвующими в деле, доказательства фактического смешения обозначения и товарного знака, в том числе опросы мнения обычных потребителей соответствующего товара⁸. можно предположить, что документы, свидетельствующие об ином восприятии обозначения потребителями могут быть приняты экспертизой и в качестве доказательства позитивной семантики заявленного обозначения.

⁷ См. например, дело № СИП-653/2024.

⁸ Постановление Пленума Верховного Суда РФ от 23 апреля 2019 г. № 10 «О применении части четвертой Гражданского кодекса Российской Федерации».

Однако следует обратить внимание, что подобного изъятия гражданское законодательство не содержит. Если внимательно изучить положения статьи 1483 ГК РФ, можно сделать вывод, что каждое из оснований для отказа содержит условия, при которых они могут быть преодолены на этапе экспертизы заявленного обозначения. Исключение составляют именно положения п. 3 ст. 1483 ГК РФ, которые и содержат препятствия для регистрации в части соответствия общественному порядку.

Наличие какого-либо общезыкового слова или выражения в словаре жаргона, которое само по себе не вызывает неприятные ассоциации и не воспринимается потребителями как бранное, и при этом активно используется в художественной, публицистической речи, не свидетельствует о невозможности его регистрации в качестве товарного знака как противоречащего принципам морали⁹. При этом оценка заявляемых обозначений во многом связана как с общепринятыми мировыми стандартами морали, так и национальными традициями и культурой. Так, отдельную группу составляют обозначения, имеющие смысловое наполнение религиозной направленности, поскольку именно таким обозначениям законодателем уделено особое внимание в статье 1499 ГК РФ, а именно предусмотрена особая процедура регистрации, согласно которой проверка таких обозначений производится, в том числе, Межрелигиозным советом России с привлечением централизованных религиозных организаций, интересы которых могут быть затронуты¹⁰. Например, чувства православных христиан могут быть оскорблены регистрацией и последующим использованием обозначения «ВЕЛИКИЙ ПОСТ» для товара «контрацептивные средства», обозначения «ИСПОВЕДАЛЬНАЯЯ» – для

⁹ См. пример регистрации товарных знаков № [613167](#), [603341](#), бюллетени «Товарные знаки, знаки обслуживания и наименования мест происхождения товаров».

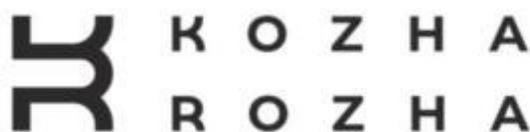
¹⁰ Приказ Министерства экономического развития Российской Федерации от 20 сентября 2024 г. № 593 «О внесении изменений в правила составления, подачи и рассмотрения документов, являющихся основанием для совершения юридически значимых действий по государственной регистрации товарных знаков, знаков обслуживания, коллективных знаков, утвержденных приказом Минэкономразвития России от 20 июля 2015 г. № 482»

товара «водка», а чувства мусульман регистрацией обозначения «ГУРАМ-БАЙРАМ» для товара «мясные консервы из свинины». Данные примеры показывают, что иногда заявленные обозначения могут отклоняться в регистрации не сами по себе, а лишь в непосредственной связке с товарами и услугами. Шутливый слоган «Дети – это батарейки, которые заряжают радостью!» может выступать в качестве средства индивидуализации для маркировки игрушек, учебной и просветительской литературы, предметов верхней одежды и одновременно быть признанным противоречащим принципам морали для услуг казино, алкогольной продукции и боевого оружия.

Отказ в регистрации аморальных товарных знаков отражает заботу государства о чувствах потребителей. Более того, сомнительные товарные знаки могут использоваться для индивидуализации товаров, которые сами по себе способны оскорбить строгие нравы, хотя и находятся в обороте правомерно (например, ассортимент секс-шопов). К таким обозначениям экспертиза проявляет особо пристальное внимание, пытаясь спрогнозировать наиболее вероятное восприятие потребителями впоследствии.

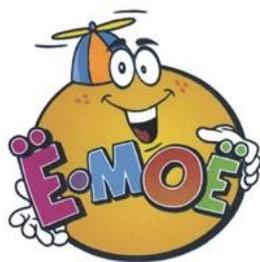
Вместе с тем, нередко Роспатент регистрирует обозначения, которые хотя и могут вызвать некоторые негативные ассоциации, но в целом признаются охраноспособными, например:

свидетельство № 880283



К О З Н А
R O Z H A

свидетельство № 505721



свидетельство № 786413



Приведенные примеры свидетельствует о невозможности однозначной или «усредненной» трактовки законодательной нормы о противоречии общественным интересам, принципам гуманности и морали. В данном случае суды мотивируют допустимость возникновения правовой охраны подобных обозначений следующим образом. В деле № СИП-232/2024 было отмечено, что учету должен подлежать, помимо оценки смыслового содержания обозначения, также дополнительный критерий – это наносимый вред. Следовательно, при рассмотрении подобных обозначений Роспатенту следует указывать конкретные общественные интересы или принципы гуманности либо принципы морали, которым наносится вред в связи с предполагаемым предоставлением правовой охраны обозначению (постановление президиума Суда по интеллектуальным правам от 03.07.2024 по делу № СИП-1233).

Список источников

1. Гражданский кодекс Российской Федерации (часть четвертая) от 18.12.2006 N 230-ФЗ (ред. от 22.07.2024): Электронный ресурс Консультант, URL:https://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_64629/ (дата обращения: 20.11.2024).

2. Приказ Минэкономразвития России от 20.07.2015 N 482 (ред. от 20.09.2024) "Об утверждении Правил составления, подачи и рассмотрения документов, являющихся основанием для совершения юридически значимых действий по государственной регистрации товарных знаков, знаков обслуживания, коллективных знаков" (Зарегистрировано в Минюсте России 18.08.2015 N 38572): Электронный ресурс Консультант, URL:https://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_184868/ (дата обращения: 20.11.2024).

3. Приказ Министерства экономического развития Российской Федерации от 20 сентября 2024 г. N 593 "О внесении изменений в Правила составления, подачи и рассмотрения документов, являющихся основанием для совершения юридически значимых действий по государственной регистрации товарных знаков, знаков обслуживания, коллективных знаков, утвержденные приказом Минэкономразвития России от 20 июля 2015 г. N 482": Электронный ресурс Гарант, URL:<https://base.garant.ru/410460416/> (дата обращения: 20.11.2024).

4. Постановление Пленума Верховного Суда РФ от 23.04.2019 N 10 "О применении части четвертой Гражданского кодекса Российской Федерации": Электронный ресурс Консультант, URL:https://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_323470/ (дата обращения: 20.11.2024).

5. Приказ ФИПС от 20.01.2020 № 12 Руководство по государственной регистрации товарного знака, знака обслуживания, коллективного знака: Электронный ресурс ФИПС,

URL:<https://new.fips.ru/documents/guidelines/rucov-tz.pdf> (дата обращения: 20.11.2024).

6. Айрапетов Н.А. Принцип добросовестности и требование о злоупотреблении правом при регистрации товарного знака // Имущественные отношения в Российской Федерации. 2024. N 1. С. 93 - 99.

7. Ивлиев Г.П., Терещенко О.И. Виды процедур регистрации товарных знаков в странах Евразийской патентной организации // Вестник ФИПС. 2023. Т.2 № 1(3), Москва. С. 12-16.

8. Горленко С. А., Погребинская Т. Ю. Практика отнесения заявленных на регистрацию в качестве товарных знаков обозначений к категории противоречащих общественным интересам, принципам гуманности и морали. — М.: ИНИЦ Роспатента, 2003. — 23 с.

9. Терещенко О.И., Сычев А.Е. Правовая охрана товарных знаков, наименований мест происхождения товаров и географических указаний (по российскому законодательству): пособие О.И. Терещенко, А.Е. Сычев; под общ. ред. А.О. Аракеловой. - М.: ФГБОУ ВО РГАИС, 2024. - 76 с.

10. URL:<https://www.forbes.ru/svoi-biznes/441021-kak-set-ebidoebiraskrutilas-blagodara-agressivnomu-marketingu?ysclid=m3shx6e6ys49153943> (дата обращения: 20.11.2024).

References

1. Civil Code of the Russian Federation (part four) from 18.12.2006 N 230-FZ (ed. from 22.07.2024): Electronic resource Consultant, URL:https://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_64629/ (date of reference: 20.11.2024).

2. Order of the Ministry of Economic Development of Russia from 20.07.2015 N 482 (ed. from 20.09.2024) “On Approval of the Rules of drawing up, submission and consideration of documents that are the basis for legally significant actions for state registration of trademarks, service marks, collective marks” (Registered in the Ministry of Justice of Russia 18.08.2015 N 38572): Electronic

resource Consultant,
URL:https://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_184868/ (date of
reference: 20.11.2024).

3. Order of the Ministry of Economic Development of the Russian Federation from September 20, 2024 N 593 “On Amendments to the Rules of compilation, submission and consideration of documents that are the basis for legally significant actions for state registration of trademarks, service marks, collective marks, approved by Order of the Ministry of Economic Development of Russia from July 20, 2015 N 482”: Electronic resource Garant, URL:<https://base.garant.ru/410460416/> (access date: 20.11.2024).

4. Resolution of the Plenum of the Supreme Court of the Russian Federation from 23.04.2019 N 10 “On the Application of Part Four of the Civil Code of the Russian Federation”: Electronic resource Consultant, URL:https://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_323470/ (date of address: 20.11.2024).

5. Order of FIPS from 20.01.2020 № 12 Guidelines for the state registration of trademark, service mark, collective mark: Electronic resource FIPS, URL:<https://new.fips.ru/documents/guidelines/rucov-tz.pdf> (date of reference: 20.11.2024).

6. Airapetov N.A. Principle of good faith and the requirement of abuse of right in trademark registration // Property relations in the Russian Federation. 2024. N 1. C. 93 - 99.

7. Ivliev G.P., Tereshchenko O.I. Types of trademark registration procedures in the countries of the Eurasian Patent Organization // Vestnik FIPS. 2023. Vol. 2 No. 1(3), Moscow. C. 12-16.

8. Gorlenko S. A., Pogrebinskaya T. Yu. Practice of attributing the designations applied for registration as trademarks to the category of those contradicting public interests, principles of humanity and morality. - Moscow: INIC Rospatent, 2003. - 23 с.

9. Tereshchenko O.I., Sychev A.E. Legal protection of trademarks, appellations of origin and geographical indications (under Russian legislation): manual O.I. Tereshchenko, A.E. Sychev; ed. by A.O. Arakelova. - M.: FGBOU VA RGAIS, 2024. - 76 с.

10. URL:<https://www.forbes.ru/svoi-biznes/441021-kak-set-ebidoebi-raskrutilas-blagodara-agressivnomu-marketingu?ysclid=m3shx6e6ys49153943> (accessed on 20.11.2024).