

**Применение лингвистических исследований при экспертизе
обозначений, заявленных в качестве товарных знаков:
совершенствование подходов**

Геннадий Борисович Золотов

Российская государственная академия интеллектуальной
собственности

Москва, Россия

Преподаватель кафедры Управления инновациями и
коммерциализации интеллектуальной собственности

<https://orcid.org/0000-0003-3560-5467>

zolotov1753@yandex.ru

Аннотация. Проведен анализ подходов при экспертизе заявленного обозначения в ходе государственной регистрации товарного знака для выявления проблем, возникающих при рассмотрении результатов лингвистических исследований, предоставляемых заявителями. По итогам исследования сделан вывод о том, что методология лингвистических исследований охватывает не только восприятие обозначения рядовыми потребителями, но и населением России в целом, что является более значимым и правильным при формировании окончательного вывода о регистрации или об отказе в регистрации товарного знака. Также обоснована целесообразность применения результатов лингвистических исследований при рассмотрении дел о нарушении исключительного права на товарные знаки в ситуации, когда хозяйствующие субъекты используют обозначение в отношении неоднородных товаров и услуг, однако их действия очевидно противоречат общественным интересам и подрывают репутацию правообладателя.

Ключевые слова: лингвистические исследования, обозначение, рядовой потребитель, товарный знак, экспертиза обозначения.

Финансирование: Исследование выполнено в рамках НИР «Альтернативная система международной регистрации товарных знаков» (7-ГЗ-2023).

Для цитирования: Золотов Г.Б. Применение лингвистических исследований при экспертизе обозначений, заявленных в качестве товарных знаков: совершенствование подходов / Г.Б. Золотов // IP: теория и практика. –

Original article

The use of linguistic research in the examination of designations declared as trademarks: improving approaches

Gennadiy B. Zolotov

Russian State Academy of Intellectual Property

Moscow, Russia

Postgraduate student, lecturer of the Department of Innovation Management and Commercialization of Intellectual Property, Russian State Academy of Intellectual Property

zolotov1753@yandex.ru

<https://orcid.org/0000-0003-3560-5467>

Abstract. The analysis of approaches to the examination of the claimed designation during the state registration of a trademark has been carried out to identify problems that arise when considering the results of linguistic research provided by applicants. Based on the results of the study, it was concluded that the methodology of linguistic research covers not only the perception of the designation by ordinary consumers, but also by the Russian population as a whole, which is more significant and correct in forming a final conclusion about the registration or refusal to register a trademark. The expediency of applying the results of linguistic research when considering cases of infringement of the exclusive right to trademarks in a situation where business entities use the designation in relation to heterogeneous goods and services is also substantiated, but their actions obviously contradict public interests and undermine the reputation of the copyright holder.

Keywords: linguistic research, designation, ordinary consumer, trademark, designation expertise.

Funding: The study carried out within the framework of research work “Alternative system of international trademark registration” (7-GZ-2023).

For citation: Zolotov G.B. The use of linguistic research in the examination of designations declared as trademarks: improving approaches // IP: Theory and Practice. 2025. No. 4 (12).

Введение

При экспертизе обозначений, заявленных в качестве товарных знаков, могут возникать ситуации, когда в ходе экспертизы на соответствие заявленного обозначения требованиям положений Гражданского кодекса

Российской Федерации (далее – ГК РФ) выявляются основания для отказа в регистрации товарного знака по пунктам 1 и/или 6 ст. 1483 ГК РФ¹, при этом доводы экспертизы могут носить субъективный характер [1].

Основное исследование

В качестве примера рассмотрим заявку на товарный знак № 2021774706 (дата подачи заявки: 15.11.2021). По данной заявке испрашивалась охрана на словесное обозначение «МЕТАШКОЛА» в отношении товаров и услуг 9, 16, 35, 38, 41 и 42 классов МКТУ.

В результате экспертизы обозначения государственной экспертизой было установлено, что заявленное обозначение сходно до степени смешения:

- с ранее поданным обозначением «МЕТА» (заявка № 2021771371, приоритет от 29.10.2021) в отношении однородных товаров и услуг 9, 35, 38, 41, 42 классов МКТУ;

- с ранее поданным обозначением «Мета» (заявка № 2021771193, приоритет от 29.10.2021) в отношении однородных услуг 35, 38, 41, 42 классов МКТУ;

- с ранее поданным обозначением “meta” (заявка № 2021763635, приоритет от 29.09.2021) в отношении однородных услуг 35, 42 классов МКТУ;

- со знаком обслуживания “МΣТА” (св-во № 836074, приоритет от 21.07.2020), зарегистрированным в отношении однородных услуг 38, 41 классов МКТУ;

- с товарным знаком (знаком обслуживания) «МЕТА» (св-во № 809243, приоритет от 17.12.2019), зарегистрированным в отношении однородных товаров и услуг 9, 35, 42 классов МКТУ;

¹ Гражданский кодекс РФ (часть четвертая): Федеральный закон Российской Федерации от 18.12.2006 № 230-ФЗ // Собрание законодательства Российской Федерации. 2006. № 52. 1 ч. Ст. 5496.

- с товарным знаком (знаком обслуживания) “meta” (св-во № 734459, приоритет от 24.04.2019), зарегистрированным в отношении однородных товаров и услуг 9, 42 классов МКТУ;
- со знаком обслуживания «Мета» (св-во № 579867, приоритет от 02.12.2014), зарегистрированным в отношении однородных услуг 35 класса МКТУ;
- с товарным знаком «МЕТА» (св-во № 259102, приоритет от 11.04.2002), зарегистрированным в отношении однородных товаров 9 класса МКТУ;
- с товарным знаком “meta” (международная регистрация № 1228785, приоритет от 06.08.2014), зарегистрированным в отношении однородных услуг 35 класса МКТУ;
- с товарным знаком «МЕТА» (международная регистрация № 1096767, приоритет от 19.10.2011), зарегистрированным в отношении однородных услуг 41 класса МКТУ;
- с товарным знаком “Meta” (международная регистрация № 645257, приоритет от 14.06.1994), зарегистрированным в отношении однородных услуг 42 класса МКТУ.

В связи с чем, по мнению государственной экспертизы, заявленное обозначение не может быть зарегистрировано в качестве товарного знака (знака обслуживания) для заявленных товаров и услуг 9, 35, 38, 41, 42 классов МКТУ на основании положений п. 6 ст. 1483 ГК РФ².

Не согласившись с позицией экспертизы, заявитель подготовил ответ на уведомление, в рамках которого были представлены следующие доводы относительно сходства до степени смешения.

1. Отсутствует графическое сходство. Обозначение «МЕТАШКОЛА» представлено длинным словом, буквы являются заглавными и выполнены в простом стилистическом написании. Противопоставленные товарные знаки и

² Гражданский кодекс РФ (часть четвертая): Федеральный закон Российской Федерации от 18.12.2006 № 230-ФЗ // Собрание законодательства Российской Федерации. 2006. № 52. 1 ч. Ст. 5496.

заявки выполнены в более коротком исполнении, некоторые обозначения имеют графическую проработку и/или изобразительные элементы. Все противопоставленные обозначения существенно различаются с заявленным на регистрацию обозначением по общему зрительному впечатлению и визуальному написанию.

2. Отсутствует семантическое сходство. Заявленное обозначение «МЕТАШКОЛА» является для российского потребителя фантазийным и не несет смысловой нагрузки.

Слово «МЕТА» (с греч. *metá* – «между, после, через») используется как часть сложных слов, обозначающая промежуточность, следование за чем-либо, переход к чему-либо другому, перемену состояния, превращение (например, метagalaktika, metaцентр). В древнегреческом языке предлог *μετά* (*metá*) и приставка *μετα-* имеют значения: «после», «следующее», «за», а также «через», «между». Все противопоставленные товарные знаки и заявки представлены словом «МЕТА» на кириллице / латинице.

Слово «ШКОЛА» используется как название (видовое наименование) учебных заведений (первой ступени, средних, высших, специальных).

То есть заявленное слово «МЕТАШКОЛА» имеет свое уникальное значение: междисциплинарный учебный процесс одновременно внутри и во внешнем контуре образовательной организации, т.е. образование в самом широком смысле. Другими словами, «МЕТАШКОЛА» – это возможность получения знаний вне рамок классического понимания школы как учебного заведения. Приставка «МЕТА» позволяет расширить границы школы, рождая при этом новый смысл: «МЕТАШКОЛА».

3. Отсутствует фонетическое сходство. Фонетика и мелодика звучания словесного элемента «МЕТАШКОЛА» в целом отличаются от фонетики и мелодики противопоставленных товарных знаков. При анализе фонетического сходства необходимо учитывать, что заявленное обозначение представлено длинным словом «МЕТАШКОЛА», за счет чего звучание данного слова более

длительное. Противопоставленные товарные знаки и заявки представлены коротким словом «МЕТА».

Дополнительной оценке подлежит постановка ударения:

- в заявленном обозначении: ме-та-шко-ла;
- в противопоставленных товарных знаках и заявкам: МЕ-та.

За счет фонетических особенностей в сравниваемых обозначениях происходит разная постановка смыслового акцента: в слове «МЕТАШКОЛА» – на вторую часть слова; в слове «МЕТА» – в начале короткого слова.

Таким образом, по мнению заявителя, отсутствуют риски смешения заявленного обозначения с товарными знаками №№ 836074, 809243, 734459, 579867, 259102, международными регистрациями №№ 1228785, 1096767, 645257 и поданными заявками №№ 2021771371, 2021771193, 2021763635, так как при сравнении обозначений «МЕТАШКОЛА» и «МЕТА» очевидно отсутствие графического, семантического и фонетического сходства.

Однако на представленный ответ заявителя государственной экспертизой был направлен запрос, в котором отмечалось, что словесный элемент «МЕТАШКОЛА», образующий заявленное обозначение, представляет собой сложносоставное слово, образованное путем слитного написания слов, где «МЕТА» является фантазийным элементом и не несет смысловой нагрузки, «ШКОЛА» – видовое наименование учебных заведений первой ступени, средних, высших, специальных³. В обозначении «МЕТАШКОЛА» логическое ударение падает на словесный элемент «МЕТА» – именно он является сильным элементом обозначения. Словесный элемент «ШКОЛА» является слабым элементом обозначения, поскольку является указанием на общепринятое видовое наименование организации.

Таким образом, по мнению экспертизы, обозначение считается сходным до степени смешения с противопоставленными товарными знаками (знаками обслуживания), поскольку оно ассоциируется с ними в целом, несмотря на их отдельные отличия.

³ Толковый словарь Ушакова. Д.Н. Ушаков. 1935-1940.

В свою очередь, заявитель, не согласившись с доводами, изложенными в запросе, обратился в ФГБОУ ВО РГАИС для проведения лингвистического исследования с постановкой следующих вопросов:

- 1) являются ли сходными по звучанию / звуковому оформлению словесные элементы «Мета» и «МЕТАШКОЛА»;
- 2) являются ли семантически сходными словесные элементы «Мета» и «МЕТАШКОЛА»?

В результате исследования было установлено следующее.

Заявленное обозначение «МЕТАШКОЛА» является словом, образованным путем именной префиксации: школа (сущ.) + мета- (префиксоид). Основное словесное ударение в обозначении «МЕТАШКОЛА» падает на слог «шко-». Второстепенное (побочное) словесное ударение⁴ в обозначении «МЕТАШКОЛА» падает на слог «ме-» в соответствии с русской традицией словесного ударения⁵, которая находит отражение и в других словах, образованных путем именной префиксации с префиксоидом мета-: метафизика, метаморфоза, метаязык, метафаза, метаплазма, метатеория и др.

Логическое ударение в заявленном обозначении «МЕТАШКОЛА» совпадает с основным ударением в данном слове.

Противопоставленными обозначению «МЕТАШКОЛА» являются товарные знаки №№ 836074, 809243, 734459, 579867, 259102, международные регистрации №№ 1228785, 1096767, 645257 и поданные заявки №№ 2021771371, 2021771193, 2021763635, включающие словесный элемент «МЕТА» (кириллическое и латинское написание). В обозначении «МЕТА»

⁴ Обычно в слове имеется одно словесное ударение, однако в длинных словах часто возникает, помимо главного, и т.н. второстепенное (побочное) ударение: четырехэтажный, лавинообразный (См.: Русский язык: энциклопедия / гл. ред. Ф.П. Филин. – М.: Сов. энцикл., 1979. С. 357).

⁵ §240. Русское словесное ударение. Сложные слова, а также слова с приставками анти-, меж-, около-, контр-, сверх-, супер-, экс- и др. могут иметь, кроме основного, побочное (или второстепенное) ударение, условно обозначаемое знаком гравис ('). <...> Побочное ударение обычно по порядку бывает первым (ближе к началу слова), а основное – вторым (ближе к концу слова): клятвопреступление, контратака, околосельский, профорганизация, стройотряд, самолетостроение, водонепроницаемый, главврач, межобластной, межреспубликанский, суперобложка, вице-президент, экс-чемпион и др. (см.: Розенталь Д.Э., Джанджакова Е.В., Кабанова Н.П. Справочник по правописанию, произношению, литературному редактированию. – М.: ЧеРо, 1999. URL: <http://www.evartist.narod.ru/text1/74.htm> (дата обращения: 30.10.2025)).

основное словесное ударение падает на слог «ме-». Второстепенное (побочное) ударение отсутствует.

Кроме того, было установлено, что в представленных обозначениях «МЕТАШКОЛА» и «МЕТА» значительно различаются фонетический состав (более чем на 50%) и акцентологические особенности произнесения словесных элементов при совпадении исключительно графической части «мета» (менее чем на 50%).

Словесный элемент «МЕТАШКОЛА» образован путем именной префиксации. Корень «школ-»⁶ является носителем лексического значения «учебное заведение» и используется как название (видовое наименование) учебных заведений (первой ступени, средних, высших, специальных).

Префиксоид «мета»⁷ является носителем абстрактной семантики «после», «за», «через», «между» (в пер. с др.-греч. μετά) и используется в качестве обозначения:

- промежуточности явлений;
- следования за чем-либо;
- перехода к чему-либо другому, перемены состояния превращения.

Функция префиксоида – дополнение лексического значения слова.

В данном контексте префиксоид «мета-» дополнило значение корня «школ-» («меташкола» – расширение границ, пространства школы) и создало неологизм «МЕТАШКОЛА».

В свою очередь, лексическое значение слова «МЕТА» перечисленных товарных знаков неясно, т.к. словари фиксируют следующие значения:

– МЕТА... [от греч. μετά - вслед, за, после, через] – 1. Обозначает уровень описания какого-нибудь объекта или системы (как правило, также описания), высшего по отношению к предыдущему описанию; «описание описания». Металингвистика, металогика, метаматематика, метаобозначение,

⁶ Толковый словарь Ожегова. С.И. Ожегов, Н.Ю. Шведова. 1949–1992. URL: <https://dic.academic.ru/dic.nsf/ogegova/270614> (дата обращения: 30.10.2025).

⁷ Толковый словарь иностранных слов Л.П. Крысина. М: Русский язык, 1998. URL: https://dic.academic.ru/dic.nsf/dic_fwords/46200/%D0%BC%D0%B5%D1%82%D0%B0 (дата обращения: 30.10.2025).

метаописание, метапеременная, метасимвол, метатекст, метатеория, метаязык.

2. Обозначает выход за пределы чего-либо. Метагалактика, метagalактический, метафизика (2 зн.)⁸.

– мета – обозначает следование за чем-л., промежуточность (за, после, между, вне); переход к чему-л. другому, посредство, перемену состояния, превращение (через, вместо, вместе); соответствует рус. пере-, лат. транс- (trans-) [2].

Также было установлено, что словесный элемент «МЕТАШКОЛА» в соответствии с его морфемным и фонетическим анализом понимается автором как цельное – не членимое на сильный и слабый словесный элемент – обозначение. «МЕТАШКОЛА» является фантазийным словесным элементом, т.к. представляет собой неологизм – новое, авторское слово, незафиксированное в толковых, орфографических, словообразовательных и др. словарях какого-либо языка, в том числе русского.

Таким образом, слово «МЕТАШКОЛА» является сильным словесным элементом, которое обладает самостоятельным лексическим значением и в котором логическое ударение совпадает с основным словесным ударением.

Учитывая различия в фонетике и семантике заявленного обозначения «МЕТАШКОЛА» и противопоставленных товарных знаков и заявок «МЕТА», был сделан вывод об отсутствии сходства.

Подготовленное ФГБОУ ВО РГАИС заключение по итогам проведения лингвистического исследования было представлено заявителем в Роспатент для учета в качестве доводов относительно приведенных экспертизой мотивов, препятствующих регистрации обозначения в качестве товарного знака.

Рассмотрев повторно материалы заявки и изложенные заявителем доводы в пользу регистрации обозначения «МЕТАШКОЛА» в качестве товарного знака, экспертиза вынесла решение о регистрации только в

⁸ Большой толковый словарь русского языка / Под ред. Кузнецова С.А. 2000. 1536 с. URL: <https://archive.org/details/Bolshoy-tolkov-slovar-russkogo-yazyka-2000/page/530/mode/2up> (дата обращения: 30.10.2025).

отношении части товаров 16 класса МКТУ, отказав в регистрации в отношении иных заявленных товаров и услуг. Данный пример иллюстрирует практику рассмотрения государственной экспертизой заключений, подготовленных по результатам лингвистических исследований [3].

По мнению автора, такой подход связан с тем, что сходство до степени смешения определяется с позиции среднего рядового потребителя, в то время как такой потребитель не всегда обладает специальными познаниями в области лингвистики. Однако это в корне неверно, т.к. методология лингвистических исследований учитывает не только лексическое значение слов и выражений, но и может дать нормативно-стилистическую оценку и определить восприятие слова в разных контекстах его употребления.

Между тем нельзя не учитывать положения Федерального закона от 24.06.2025 № 168-ФЗ «О внесении изменений в отдельные законодательные акты Российской Федерации»⁹, который вступит в действие с 01.03.2026. Положения данного закона направлены на обеспечение соблюдения норм современного русского литературного языка (зафиксированных в нормативных и грамматических словарях, справочниках), а также защиту русского языка в публичном пространстве.

Лингвистические исследования как один из подходов к защите заявителями своих интересов при осуществлении регистрации товарного знака должны учитываться государственной экспертизой наравне с иными доводами, представляемыми в качестве уведомления о результатах проверки соответствия обозначения требованиям законодательства. По мнению автора, целесообразно прибегать к таким исследованиям в ситуации доказывания несходства заявленного обозначения с противопоставленными экспертизой товарными знаками, а также при доказывании наличия различительной способности у обозначения, отсутствия описательности и указательности в

⁹ Федеральный закон от 24.06.2025 № 168-ФЗ «О внесении изменений в отдельные законодательные акты Российской Федерации» // Собрание законодательства Российской Федерации, 30.06.2025 № 26 (часть I), ст. 3498.

контексте положений п. 1 ст. 1483 ГК РФ¹⁰.

Кроме того, подобный подход должен применяться судами при рассмотрении споров о нарушении исключительного права на товарный знак. В качестве иллюстративного примера приведем использование обозначения «Т-34», являющегося зарегистрированным товарным знаком № 773448 на имя акционерного общества «Научно-производственная корпорация «Уралвагонзавод» имени Ф.Э. Дзержинского». В данном случае методология комплексной лингвистической экспертизы позволяет учитывать не только особенности построения слов или словосочетания, их этимологию и семантику, но и восприятие данного обозначения населением, порождаемый им ассоциативный ряд. Очевидно, что ассоциации при восприятии обозначения «Т-34» будут следующими: победа, героизм, мощь, надежность, потенциал, историческая важность, масштабность, патриотизм и др. Одновременно с этим использование данного обозначения для таких товаров, как трусы, биоактивные добавки или ритуальные услуги, по мнению автора, с высокой долей вероятности будут восприниматься потребителями как глумление, некорректное использование обозначения и неуважение к истории и культуре России. При этом такое использование, с точки зрения права на товарные знаки, не будет являться нарушением, т.к. товарный знак № 773448 не зарегистрирован в отношении перечисленных товаров и услуг, а лица, использующие данный товарный знак, не будут являться конкурентами правообладателя.

Подводя промежуточный итог, следует отметить, что именно методология лингвистической экспертизы выступает наиболее корректным механизмом, с помощью которого оценивается восприятие не только узкой группы людей (рядовых потребителей товаров и услуг, в отношении которых испрашивается правовая охрана), но и населения в целом.

¹⁰ Гражданский кодекс РФ (часть четвертая): Федеральный закон Российской Федерации от 18.12.2006 № 230-ФЗ // Собрание законодательства Российской Федерации. 2006. № 52. 1 ч. Ст. 5496.

Заключение

Таким образом, при проведении как экспертизы обозначений, заявленных на регистрацию в качестве товарных знаков, так и в спорах о нарушении исключительного права на товарные знаки, экспертизой и судами должны учитываться выводы, изложенные в заключении по итогу проведения лингвистических исследований, т.к. зачастую данные исследования позволяют оценить не только восприятие рядовыми потребителями обозначения или товарного знака [4], но и населением в целом в настоящий момент времени.

Список источников

1. Золотов Г.Б. Обзор практики по вопросам, возникающим при применении положений пунктов 1 и 3 статьи 1483 Гражданского кодекса Российской Федерации / Г.Б. Золотов: Сборник статей магистрантов / под ред. О.А. Флягиной. – Москва: РГАИС. – 2021. – С. 75–81.
2. Быков А.А. Анатомия терминов. 400 словообразовательных элементов из латыни и греческого / А.А.Быков. – Москва: НЦ ЭНАС, 2007. URL: https://term_greek.academic.ru/180/%D0%BC%D0%B5%D1%82%D0%B0 (дата обращения: 30.10.2025).
3. Погребинская Т.Ю. Средства индивидуализации: фирменные наименования, товарные знаки, наименования мест происхождения товаров, коммерческие обозначения. Гражданско-правовая охрана в Российской Федерации: сборник схем информационно-справочного характера / Т.Ю. Погребинская. – Москва: Инфотропик Медиа, 2011. – 152 с.
4. Болотаева О.С. Индивидуализация, идентификация и аутентификация субъектов правоотношений в цифровой среде / Болотаева О.С. // Право и государство: теория и практика. – 2024. – № 9(237). – С. 274–276.

References

1. Zolotov G.B. Review of practice on issues arising in the application of the provisions of paragraphs 1 and 3 of Article 1483 of the Civil Code of the Russian Federation. *Sbornik statej magistrantov = Collection of articles by undergraduates* / edited by O.A. Flyagina. Moscow: RGAIS, 2021. Pp. 75–81 (in Russ).
2. Bykov A.A. Anatomy of terms. 400 word-forming elements from Latin and Greek / A.A.Bykov. – Moscow: NC ENAS, 2007. URL:

https://term_greek.academic.ru/180/%D0%BC%D0%B5%D1%82%D0%B0 (date of access: 30.10.2025) (in Russ).

3. Pogrebinskaya T.Y. Means of individualization: brand names, trademarks, names of places of origin, commercial designations. Civil law protection in the Russian Federation: a collection of information and reference schemes. Moscow. *Infotropik Media Publ.*, 2011. 152 p. (in Russ).

4. Bolotaeva O.S. Individualization, identification and authentication of subjects of legal relations in the digital environment. *Pravo i gosudarstvo: teoriya i praktika = Law and the state: theory and practice*. 2024. No. 9(237). Pp. 274–276. (in Russ).

Статья поступила 01.11.2025, принята к публикации: 24.11.2025.

© Золотов Г.Б., 2025