

УДК 659, 81'373.45, ББК Ш 100.3, ГРНТИ 16.31.61, КОД ВАК 10.02.19

Ю. В. Донскова

Москва, Россия

**ЛИНГВИСТИЧЕСКАЯ ЭКСПЕРТИЗА РАЗЛИЧИТЕЛЬНОЙ СПОСОБНОСТИ
КОММЕРЧЕСКОГО НАИМЕНОВАНИЯ (НА ПРИМЕРЕ СЛОВСОЧЕТАНИЯ
«УМНЫЙ КРЕМ»)**

Статья посвящена практическим вопросам применения специальных познаний в области лингвистики с целью анализа товарного наименования. В частности, показано, как применение различных видов лингвистического анализа может быть использовано в спорах относительно определения различительной способности наименования, а лингвистическая экспертиза может быть одним из инструментов доказывания. Обусловлено это тем, что проблема установления наличия/отсутствия различительной способности части товарных наименований имеет внеюрисдикционную природу: она связана с вопросами межъязыкового взаимодействия (калькирование; влияние иностранного языка на дискурсивную практику), а также процессами терминологизации и перехода имен собственных в нарицательные. На примере словосочетания «умный крем», которое широко используется в современном косметическом дискурсе, продемонстрирована методика анализа наименований, которые состоят из нескольких элементов, один из которых стал общеупотребительной характеристикой определенного класса продуктов.

Ключевые слова: интеллектуальная собственность, лингвистическая экспертиза, товарный знак, дискурс.

Сведения об авторе: Юлия Викторовна Донскова, кандидат филологических наук, старший преподаватель кафедры истории и теории литературы Православного Свято-Тихоновского гуманитарного университета. 141254, Московская область, Пушкино, м-н Заветы Ильича, ул. Железнодорожная 2- 41. E-mail: mehetabel@mail.ru

Y. V. Donskova

Moscow, Russia

**LINGUISTIC EXPERTISE IN ASCERTAINING THE DISTINCTIVENESS OF A
TRADE NAME («SMART CREAM» CASE STUDY)**

The article discusses practical aspects of using special linguistic knowledge to analyse trade names. In particular, it shows how various kinds of linguistic knowledge can be employed in debates on ascertaining the distinctiveness of a trade name, with linguistic expertise being a tool of proof, which is due to the extralegal nature of the problem of ascertaining the presence/absence of

the distinctiveness of some trade names. The problem is linked to the matters of cross-language interaction (calquing; impact of a foreign language on discursive practice et cetera), as well as to the processes of terminologisation and eponymisation. The case study of the «smart cream» collocation, which is widely used in the modern cosmetics discourse, shows the analysis procedure for names consisting of several elements, one of which has become a vernacular reference to a certain class of products.

Key words: intellectual property, linguistic expertise, trademark, discourse.

About the author: Yulia Viktorovna Donskova, Candidate of Philology, Senior Lecturer of Department of History and Theory of the Literature, St. Tikhon's Orthodox University. 141254, Moscow region, Pushkino, Zavety Ilich'a district, ul. Zheleznodorozhnaya 2-41. E-mail: mehetabel@mail.ru

Законодательство РФ (п. 1 ст. 1483 ГК РФ) запрещает государственную регистрацию в качестве товарных знаков обозначений, не обладающих различительной способностью или состоящих только из элементов, указанных в том же пункте статьи. Вопрос относительно определения различительной способности при регистрации товарного знака особенно остро возникает в том случае, если наименование многокомпонентно и один из элементов (или все) в его составе уже зарегистрирован, но в то же время стал общеупотребительной характеристикой или неотъемлемой частью наименования какого-либо класса продуктов. В качестве примера приведем продолжавшийся довольно долго и в разных инстанциях спор касательно регистрации обозначения «Black Russian» («Черный русский») в отношении алкогольных коктейлей.

Одним из моментов разногласий между Судом по интеллектуальным правам (СИП) и Роспатентом в указанном случае был способ доказывания. В частности, СИПом отмечалось, что «использование спорного обозначения в справочниках недостаточно даже для подтверждения того, что обозначение вошло во всеобщее употребление для обозначения товаров определенного вида» [Джермакян, Радченко 2016: 106]. Хотя такой способ в некоторых случаях допускается, о чем свидетельствует формулировка п. 4.1 Методических рекомендаций, утвержденных приказом Роспатента от 27 марта 1997 года № 26. Данный пункт гласит, что «основными элементами справочного фонда для

установления факта перехода обозначения в категорию вошедших во всеобщее употребление как обозначение товаров определенного вида являются толковые словари (общеязыковые, политехнические и т.д.), энциклопедии и энциклопедические словари, специальные справочники, а также периодические издания» [Методические рекомендации]. При этом в п. 4.1.3 по поводу последнего источника говорится, что «использование в периодических изданиях обозначения в качестве видового понятия товара также не является бесспорным фактом его перехода в категорию вошедших во всеобщее употребление как обозначение товаров определенного вида» [Методические рекомендации, URL]. Роспатент же аргументировал свою позицию в том числе и наличием наименования «Black Russian» в общедоступных источниках информации [Джермакян, Радченко 2016: 106]. Однако отметим, что проблема установления наличия/отсутствия различительной способности указанного выше наименования и ему подобных зачастую связана с динамическими процессами в лексике (межъязыковое взаимодействие, терминологизация наименования, переход имен собственных в нарицательные и т.п.), а традиционно применяемая в таких случаях экспертиза, выполняемая специалистом-патентоведом, не способна в полной мере на них указать. Очевидно, что в спорных случаях доказывание требует применения специальных познаний, в частности, в области филологических дисциплин, что допускается законом (например, ст. 79 ГПК, ст. 82 АПК). В связи с перечисленными факторами рассмотрим методологические аспекты исследования по данному вопросу на примере словосочетания «умный крем», которое широко используется в современном рекламном и журнальном косметическом дискурсе (русском и зарубежном), а также и собственно в наименовании товаров.

Для определения впоследствии различительной способности наименования (установление данного факта является прерогативой судебных органов, в компетенцию лингвиста не входит) в процессе исследования специалист должен решить задачу, связанную с «установлением

наличия / отсутствия у товарного знака индивидуализирующей функции, его способности указывать на единичный объект» [Бринев 2016: 83]. С этой целью необходимо провести анализ наименования на предмет узуальности / окказиональности в языковой системе, описать его семантические и функциональные свойства. Рассмотрим, какие задачи должны быть реализованы на каждом этапе исследования.

На первом этапе наименование «умный крем» проанализируем в системе иностранных языков. Связано это с тем, что данное словосочетание сравнительно новое для русского косметического дискурса и пришло из европейских языков (английского – «smart cream»; французского – «smart crème»). Сначала произведем анализ представления указанных словосочетаний в лексикографических источниках. Так, словарь Oxford Dictionary, равно как и Larousse, не зафиксировал пока еще словосочетание «smart cream» и «smart crème» соответственно в качестве иллюстративного материала какой-либо статьи. Однако в английском языке слово «smart» широко используется как определение в отношении неодушевленных предметов:

а) «smart bomb» («оружие, управляемое электронным устройством и предназначенное для того, чтобы вызвать повреждение цели, избегая при этом ущерба людям, зданиям, которые находятся в зоне воздействия оружия»¹);

б) «smart card» («маленькая пластиковая карта, на которой информация содержится в электронной форме»²);

в) «smart money» («деньги, которые инвестируются, или люди, которые имеют экспертные знания в финансовой области»³).

Указанные выражения традиционно переводят на русский язык как «умная бомба», «умная карта», «умные деньги» соответственно. В лексическом значении данных наименований выделяется следующий общий семантический компонент, привносимый прилагательным «smart»: 'свойство компактно и точно влиять на цель, на область воздействия'.

1 <http://www.oxfordlearnersdictionaries.com/definition/english/smart-bomb>

2 <http://www.oxfordlearnersdictionaries.com/definition/english/smart-card>

3 <http://www.oxfordlearnersdictionaries.com/definition/english/the-smart-money>

На втором этапе рассмотрим функционирование выражения «smart cream» относительно косметических и лечебных продуктов в иностранных языках. Поиск в сети Интернет позволил обнаружить следующие примеры (приведем некоторые из них): *Smart Crème Réparatrice Action Sur Mesure* («умный восстанавливающий крем индивидуального воздействия»)¹; *Smart Cover Concealing Crème* («умное покрытие крем-консилер»)²; *Deo Creme Epil Smart* («умный дезодорирующий крем для тела»)³; *Multi action smart cream-gel* («многоцелевой умный крем-гель»)⁴; *The smart cream moisturizer* («умный крем-увлажнитель»)⁵. Как видно из указанных наименований, используемых косметическими брендами Clinique (США), La Prairie (Швейцария), Guinot (Франция), прилагательное «smart» («умный») чаще всего находится в препозиции слову «cream» (англ.) или «crème» (франц.), в некоторых случаях в постпозиции, но во всех случаях в неосновной части названия продуктов для характеристики предмета («крем»), указывая на его свойства.

В английском языке прилагательное «smart» используется также в наименовании и описании других косметических продуктов, не только кремов: «*smart lipstick*» («умная помада»)⁶; «*smart lip pencil*» («умный карандаш для губ»)⁷; «*smart roller*» («умный роллер»)⁸; «*smart treatment oil*» («умное лечебное масло»)⁹. Также лексема «smart» употребляется в качестве характеристики свойства продукта в составе коммерческого наименования: «*Erborian. Smart moisture*» («Эрбориан. Умное увлажнение»)¹⁰. Приведенные примеры свидетельствуют о том, что слово «smart» («умный») используется в названии для характеристики свойств косметических препаратов и является либо

1 <http://www.fr.clinique.com/product/1687/37483/soins/soins-hydratants/clinique-smarttm-spf-15-creme-reparatrice-action-sur-mesure>

2 www.smartcover.com/concealing-creme.html

3 <https://ru.strawberrynet.com/skincare/guinot/deo-creme-epil-smart-deodorant/139126/#DETAIL>

4 <http://www.camomillebeautytime.ru/2014/09/263-drww-multi-action-smart-cream-gel.html>

5 <http://time4beauty.biz/4232-la-prairie-cellular-moisturizer-spf-15-the-smart-cream/>

6 www.kikocosmetics.com/en-gb/make-up/lips/lipsticks/Smart-Lipstick/p-KM002010129

7 www.kikocosmetics.com/en-gb/make-up/lips/lip-pencils/Smart-Lip-Pencil/p-KM00203007

8 <http://www.sephora.fr/Maquillage/Ongles/Vernis-a-Effets-Nail-Art/Smart-Roller-Distributeur-malin-de-pochoirs-Nail-Art/P1862002>

9 www.sephora.fr/Soin-Visage/Anti-rides-Anti-age/Soin-de-jour/Clinique-Smart-Treatment-Oil-Huile-de-soin-reparatrice/P2278005

10 <http://iledebeaute.ru/novinki/2013/12/11/39843/>

определителем, выражающим отличительный признак видового понятия («крем», «помада», «карандаш для губ», «масло»), либо определителем, конкретизирующим свойство («увлажнение»).

На третьем этапе словосочетание «умный крем» и его компоненты проанализируем в системе русского языка. Это связано с тем фактом, что словосочетание «smart cream» переведено на русский язык посредством семантической кальки с помощью самостоятельных слов «умный» и «крем». С целью решения ключевого вопроса исследуем лексическое значение каждого из слов, входящих в словосочетание. Для этого используем различные лексикографические источники¹, а также Национальный корпус русского языка (НКРЯ). Материал словарных статей показал, что словосочетание «умный крем» не служит иллюстративным материалом для толкований значений слова «умный». Однако отсутствие данной леммы в таком контексте вполне соответствует традиции словарей русского языка, которые имеют долженствующе-предписующий, нормативный характер. В НКРЯ словосочетание «умный крем» на момент написания статьи также не зафиксировано. В то же время отметим, что НКРЯ фиксирует такие словосочетания со словом «умный», как «умный дом», «умные часы». Данные выражения являются калькой с английского: «smart house» и «smart watch» соответственно.

Анализ первого компонента («крем») показывает, что слово является общеупотребительным в русском языке, относится к категории интернациональных (произошло от французского «crème») и многозначных слов. Соотнесение наименования «умный крем» с продуктом, которое оно призвано обозначить, позволяет определить лексическое значение («консистенция, в которой выпускается средство») и семантическую группу («косметическое / лекарственное средство»).

Рассмотрение значения слова «умный», представленного в лексикографических источниках русского языка, показывает, что в

¹ Поиск осуществлялся по словарям, имеющимся в базе сайта www.slovari.ru

современном русском языке первое значение слова «умный» относится к животным / человеку и актуализирует семантический компонент 'основанный на разумных, рациональных свойствах, которые должны привести к положительным результатам'. В анализируемом же нами словосочетании слово «умный» относится к неодушевленному предмету.

На четвертом этапе необходимо рассмотреть использование слова «умный» в косметическом дискурсе. Для этого был осуществлен поиск в русскоязычном сегменте Интернета, а также в женских глянцевых журналах. Приведем некоторые примеры:

1. «Умное увлажнение»: *«Умное» увлажнение – залог молодой кожи!»¹; «Что обещает производитель: «умное увлажнение», в течение 24 часов активные ингредиенты стимулируют аквапорины кожи, которые распределяют воду в эпидермисе»².*

2. «Умная формула»: *«Особенность данного крема заключается в его «умной формуле» которая способна обеспечивать эффект похудения проблемных зон, но также подходит для нанесения на все тело»³; «Умная формула измеряет уровень себума в коже и контролирует его излишек, не забивая поры. 90% женщин (результаты самостоятельной оценки и клинические исследования), отметили, что кожа оставалась матовой без жирного блеска на протяжении 24 часов»⁴.*

3. «Умный состав»: *«У них «умный состав», легкие текстуры, концепция профилактики старения, демократичные цены»⁵.*

4. «Умная маска»: *«Умные» косметические маски для увлажнения, очищения и омоложения»⁶.*

1 <https://www.farmed.ru/article/888>

2 <http://irecommend.ru/content/otlichnyi-uvlazhnyayushchii-krem-13>

3 www.letu.ua/uhod-za-kozhei/uhod-za-telom/sredstva-dlya-zagara/collistar-sredstvo-dlya-modelirovaniya-i-zagara-smart-slimming/35700086

4 www.letu.ua/makiyazh/dlya-litsa/osnova-dlya-makiyazha/elizabeth-arden-tonalnaya-osnova-perfectly-satin/35700119

5 Elle.Russia. Декабрь 2016. с. 324.

6 https://www.glamour.ru/beauty_health/sredstva/kosmeticheskie-maski-dlya-uvlazhneniya-ochisheniya-i-omolozheniya

Словосочетание «умный крем» используется также и в описании косметических изделий в текстах женских журналов. Приведем контексты высказываний:

1. *«Результатом многолетних исследований ученых Chanel явился «умный крем» Le Lift с компонентами, которые буквально включают механизмы омоложения кожи»¹.*

2. *«Умный крем связывает кожу и влагу в единую систему, благодаря ему технологический процесс на фабрике увлажнения замыкается, и ваша кожа получает то, что нужно именно вам – точную дозу влаги, которая удерживается в коже 24 часа»².*

3. *«Тональный крем от Clinique разработан специально для комбинированной кожи, в нем содержится протеин и биопол, который впитывает жир только там, где надо. Словом, это «умный» крем!»³*

Как показывают приведенные примеры, слово «умный» имеет свободную сочетаемость с лексемами косметического дискурса и в русском языке. Обращает на себя внимание неустойчивость пунктуационного оформления анализируемого словосочетания в части использования кавычек, комбинаторика которых может быть разной (выделение только слова «умный» или всего словосочетания). Причина нам видится в том, что пишущий считает, что «употребляет существующее слово или выражение в неконвенциональном значении» [Зализняк 2007]. В то же время контекст употребления слов «умный» и «smart», а также функционирование данных слов в косметическом дискурсе позволяют установить идентичность смысловых компонентов в русском и английском языках: ‘способ воздействия на кожу человека путем доставки необходимых веществ к проблемным зонам’.

Словосочетание «умный крем» / «smart cream» встречается в наименованиях, описаниях косметических продуктов различных марок, а также активно используется в рекламе и периодической печати (русской и

1 www.elle.ru/krasota/beauty_blog/vremya-vsipyat-antivozrastnyie-sredstva-dlya-koji-litsa

2 http://www.glamour.ru/beauty_health/beauty_news/580173_580173_Uvlazhneniekozhiprostooslozhdnom

3 <https://www.cosmo.ru/beauty/face/eto-polezno-10-tonalnyh-kremov-kotorye-uhazhivayut-za-kozhey/>

зарубежной) с целью характеристики свойства предмета. Словосочетание «умный крем» является общеупотребительным для обозначения товаров с определенными свойствами и системой воздействия, но не выделяет определенную марку товара, конкретного производителя. Таким образом, наименование «умный крем» не является оригинальным, уникальным, неповторимым.

ЛИТЕРАТУРА

1. *Бринева К. И.* Справочник по судебной лингвистической экспертизе. М., 2016.
2. *Джермакян В. Ю., Радченко Н. А.* О видовых наименованиях товаров, включающих придуманное название. Журнал Суда по интеллектуальным правам. Декабрь 2016. № 14. С. 105–112.
3. *Зализняк А. А.* Семантика кавычек. Труды Международного семинара «Диалог 2007» по компьютерной лингвистике и ее приложениям. М., 2007. URL: http://www.philology.ru/linguistics2/zaliznyak_anna-07.htm#1
4. Методические рекомендации по вопросам отнесения заявленных обозначений, товарных знаков и знаков обслуживания к категории вошедших во всеобщее употребление как обозначения товаров и услуг определенного вида, утвержденных приказом Роспатента от 27 марта 1997 г., № 26. URL: <http://palatapp.ru/teoriya-i-praktika/metodicheskie-rekomendaczii/rekomendaczii-po-otdelnyim-voprosam-ekspertizyi-zayavlenyix-oboznachenij.html>
5. Национальный корпус русского языка. URL: <http://ruscorpora.ru/corpora-intro.html>
6. Словари.ру. URL: <http://slovari.ru>
7. Dictionnaire Larousse. URL: <http://www.larousse.fr/dictionnaires/francais>
8. Oxford Learner's Dictionaries. URL: <http://oxfordlearnersdictionaries.com>.

REFERENCES

1. Brinev K. I. Reference in Forensic Linguistics Expertise. [Spravochnik po sudebnoy lingvisticheskoy expertise]. Moscow, 2016.
2. Dzhermakian V. Y., Radchenko N. A. On the Specific Names of Products Including the Coined Names. [O vidovyh naimenovaniyah tovarov, vkluchajuschih pridumannoe nazvanije]. Journal of the court on intellectual rights. December 2016. Vol. 14. P. 105–112.
3. Zalizniak A. A. Semantics of Quotation Marks [Semantika kavychek]. Proceedings of the International Dialogue 2007 Seminar on Computer Linguistics and its Applications. Moscow, 2007.

URL: http://www.philology.ru/linguistics2/zaliznyak_anna-07.htm#1

4. Guidelines on Referring Applied Item Names, Trademarks and Service Marks to the Categories which Have Come into General Use as Names for Goods and Services of a Certain Type as Approved by the Order of Rospatent from 27 March 1997, № 26 [Metodicheskiye rekomendaczii po voprosam otnesenija zayavlennyh oboznachenij, tovarnyh znakov I znakov obsluzhivaniya k kategorii voshedshih vo vseobschee upotreblenije kak oboznachenija tovarov i uslug opredelennogo vida utverzhdenykh prikazom Rospatenta ot 27 marta 1997 goda]. URL: <http://palatapp.ru/teoriya-i-praktika/metodicheskie-rekomendaczii/rekomendaczii-po-otdelnyim-voprosam-ekspertizy-zayavlennyix-oboznachenij.html>

5. Russian National Corpus [Nazional'nyi korpus russkogo yazyka]. URL: <http://ruscorpora.ru/corpora-intro.html>

6. Slovari.ru. URL: <http://slovari.ru>

7. Dictionnaire Larousse. URL: <http://www.larousse.fr/dictionnaires/francais>

8. Oxford Learner's Dictionaries. URL: <http://oxfordlearnersdictionaries.com>