

Анализ словесных товарных знаков на сходство до степени смешения: алгоритм работы эксперта-лингвиста (на примере реального экспертного кейса)

А.В. Акинина

*Гильдия лингвистов-экспертов по документационным и информационным спорам (ГЛЭДИС)
Г. Новоалександровск, 356000, Ставропольский край, Россия. E-mail: akinina21@mail.ru*

Статья посвящена описанию алгоритма работы эксперта-лингвиста при анализе словесных обозначений (товарных знаков) на тождество и сходство до степени смешения. Алгоритм работы описан на примере случая из экспертной практики – сопоставления реально существующих наименований «Чикенсы» и «Чикенцы», первое из которых является зарегистрированным на территории РФ товарным знаком.

Ключевые слова: лингвистическая экспертиза, товарный знак, фоносемантический анализ, сходство до степени смешения, ассоциативный эксперимент.

Analysis of Verbal Trademarks for Similarity to the Point of Confusion: Algorithm for the Work of a Forensic Linguist (Case Study)

A.V. Akinina

*Guild of Linguistic Experts in Documentation and Information Disputes (GLEPID)
G. Novoaleksandrovsk, 356000, Stavropol Kray, Russia. E-mail: akinina21@mail.ru*

The article aims at the description of the algorithm of a forensic linguist work on the analysis of wordmarks (trademarks) for identity and similarity to the degree of confusion. The algorithm is described by a case study from expert practice – comparison of the names of reputable companies “Chickenses” and “Chickentses”, the first of which is a trademark registered within the territory of the Russian Federation.

Key words: forensic linguistics, trademark, phonosemantic analysis, similarity to the point of confusion, association experiment.

Несмотря на то, что лингвистическая экспертиза товарных знаков может показаться исчерпанным направлением, в ней много нерешённых вопросов. Нарботать и затем обобщить практику их решения возможно в первую очередь через анализ конкретных примеров (кейсов).

Хотя по вопросам анализа словесных обозначений к настоящему времени имеется немало специализированной литературы, начиная с «Методических рекомендаций по проверке заявленных обозначений на тождество и сходство», содержащихся в приказе Роспатента от 31.12.2009 г. № 197 [Методические рекомендации... URL], работа с конкретными парами обозначений и решение каждого частного случая представляет полноценный интерес для исследователя.

Некоторый резонанс вызвал в правовой сфере случай с использованием товарного знака «Чикенсы». В начале 2020 года с запросом о перспективах лингвистической экспертизы указанного словесного обозначения как сходного с наименованием «чйкентцы» ко мне через негосударственную экспертную организацию обратилась компания «Фарфор Владимир», работающая в сфере общественного питания.

ООО «Фарфор» предлагало посетителям своего сайта доставку разной еды, в том числе куриные чикенцы – «кусочки куриного филе в хрустящей панировке», как следовало из описания на сайте.

ЗАО «Мясная галерея», являющееся производителем мясных полуфабрикатов и прочей мясной продукции, в 2015 году зарегистрировало товарный знак «Чикенсы» в 29 и 30 классах товаров (продукты питания, в том числе мясо, рыба, дичь, консервы), а также в 43 классе услуг (обеспечение продуктами питания). В 2020 году «Мясная галерея» обнаружила факт использования товарного знака, очень близкого по написанию и звучанию, и прислало ООО «Фарфор Владимир» претензию, угрожая судом.

ООО «Фарфор Владимир» обратилось к эксперту, желая установить, действительно ли имеет место сходство двух словесных товарных знаков до степени смешения.

М.Е. Новичихина, доктор филологических наук из Воронежского государственного университета, специализирующаяся на экспертизе товарных знаков, отмечает: «При определении сходства обозначений исследуются: звуковое (фонетическое), графическое (визуальное) (иногда его называют также визуально-графическим), ассоциативное и смысловое (семантическое) сходство обозначений, а также исследуется значимость положения, занимаемого тождественным или сходным элементом в заявленном обозначении» [Новичихина 2019: 50].

Далее автор приводит конкретный перечень критериев для определения сходства:

«В соответствии с п. 14.4.2.2 Правил «Правила составления, подачи и рассмотрения заявки на регистрацию товарного знака и знака обслуживания» от Роспатента [Приказ Роспатента... URL]. – А.А.> звуковое сходство определяется на основании следующих признаков:

- наличие близких и совпадающих звуков в сравниваемых обозначениях; близость звуков, составляющих обозначения;
- расположение близких звуков и звукосочетаний по отношению друг к другу; наличие совпадающих слогов и их расположение;
- число слогов в обозначениях;
- место совпадающих звукосочетаний в составе обозначений;

- близость состава гласных;
- близость состава согласных;
- характер совпадающих частей обозначений;
- вхождение одного обозначения в другое;
- ударение.

Графическое сходство определяется на основании следующих признаков:

- общее зрительное впечатление;
- вид шрифта;
- графическое написание с учётом характера букв (например, печатные или письменные, заглавные или строчные);
- расположение букв по отношению друг к другу;
- алфавит, буквами которого написано слово;
- цвет или цветное обозначение.

Ассоциативное сходство определяется на основании признака:

- совпадение ассоциаций, вызываемых данным обозначением у потребителя.

Смысловое сходство определяют на основании признаков:

- подобие заложенных в обозначении понятий, идей в частности, совпадение семантики обозначений в разных языках;
- совпадение одного из элементов обозначений, на который падает логическое ударение и который имеет самостоятельное значение;
- противоположность заложенных в обозначениях понятий, идей.

Заметим, что все перечисленные признаки могут учитываться как в отдельности, так и в различных сочетаниях» [Новичихина 2019: 50-51].

Ясно, что установление части признаков (в частности, признаков графического сходства) относится в первую очередь к компетенции специалиста, обладающего навыками работы с графикой, – типографа, графического дизайнера. Эксперт-лингвист устанавливает в первую очередь признаки фонетического и смыслового сходства, а в отдельных случаях, возможно, перечень ассоциаций, которые наименование вызывает у реципиентов. Главных, собственно филологических, инструментов анализа у лингвиста-эксперта имеется два – определение коэффициента звукового сходства и фоносемантический анализ.

Кроме того, эксперту-лингвисту следует определить, какой объект именуют сравниваемые товарные знаки – один и тот же, сходный, или референты принципиально разные.

С точки зрения звукового состава имеется явное сходство: и в слове «чickenсы», и в слове «чickenцы» по 7 звуков: [ч'икънсь] и [ч'икънць]. Из семи 6 звуков – одинаковые. Коэффициент звукового сходства – 85,6%. Как отмечает М.Е. Новичихина, о сходстве наименований можно говорить, если коэффициент «существенно превышает 50%». В данном случае важно, что в устной речи звуки [ц] и [с] в этой позиции (крайний заударный слог) иногда почти неразличимы, потому что произносятся очень кратко и потому несколько «смазано». Кроме того, почти все звуки в обоих словах расположены в одинаковом порядке, только в одном слове имеется [с], а в другом на этом же месте [ц]. Число слогов в обоих словах идентично – по 3 слога, ударный слог один и тот же (первый).

Графическое сходство наименований в данном случае можно описать весьма общо: слова написаны с помощью букв одного и того же алфавита (кириллицы), последовательность букв почти идентична (вновь за исключением с и ц).

Фоносемантический анализ обоих наименований был проведён в специализированной программе «VAAL». Результаты анализа почти одинаковы как для наименования «Чickenсы», так и для наименования «Чickenцы»:

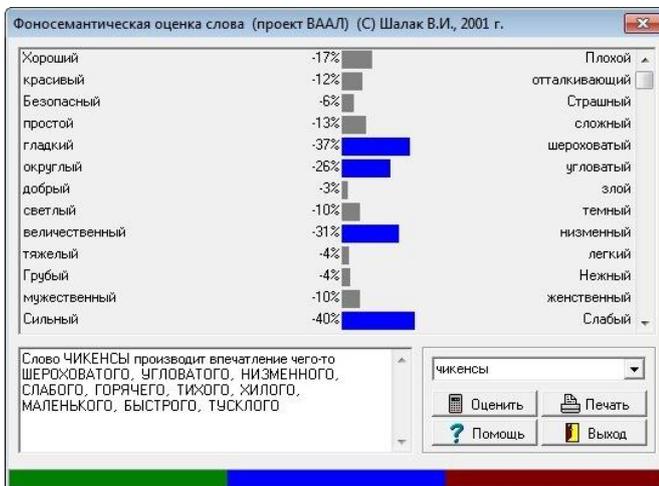


Рис. 1 Фоносемантический анализ слова Чickenсы



Рис. 2. Фоносемантический анализ слова Чickenцы

Слова «чickenсы» и «чickenцы» не относятся к общеупотребительным. Это явные неологизмы, причём совсем недавние. Не все знают значения этих слов, хотя в целом семантика прочитывается легко – некий пищевой продукт, связанный с курицей (от английского «chicken» – курица). Собственно, «чickenсы» – это и есть еда на основе куриного мяса – закулочные шарики из куриного мяса в панировке.

При этом слово «чickenцы» выглядит явной, но несколько неуклюжей переделкой «чickenсов». Звук [ц] интуитивно воспринимается как чужеродный, ведь модель заимствования англицизмов и их транслитерации в русском языке уже устоялась: в русском варианте сохраняется английская флексия множественного числа или притяжательного прилагательного -s и добавляется принятое в русском окончание -ы (джинСы, памперСы, конверСы (кроссовки) и т.п.).

Таким образом, явное звуковое, графическое (буквенное) и семантическое сходство словесных обозначений «чickenсы» и «чickenцы» указывает на то, что эти наименования сходны до степени смешения. Опираясь на эти сведения, руководство ООО «Фарфор Владимир» приняло решение полностью прекратить использовать спорный товарный знак.

История с наименованием «Чickenсы» имеет и другую сторону.

ЗАО «Мясная галерея», последовательно проводя политику устранения недобросовестной конкуренции, предъявляла досудебные и судебные претензии к различным компаниям, неправомерно использующим товарный знак «Чickenсы» или сходный с ним.

В феврале 2020 года коллегия Федеральной службы в сфере интеллектуальной собственности рассмотрела возражение уфимской фирмы «БиГрупп», у которой «Мясная галерея» в судебном порядке потребовала 5 миллионов рублей компенсации за незаконное использование вышеуказанного товарного знака. «БиГрупп» в свою очередь попыталась доказать, что правовая охрана наименованию

«Чикенсы» была предоставлена в своё время неправомерно, поскольку слово «Чикенсы» якобы является общеупотребительным для обозначения определённых продуктов быстрого питания (фастфуда) из мяса курицы.

Для лингвиста-эксперта эта ситуация интересна тем, что один и тот же случай можно рассмотреть в разных плоскостях: проанализировать товарные знаки на сходство и на наличие общеупотребительности.

Решение коллегии ФССИ было в данном случае однозначным. Во-первых, «БиГрупп» не предоставила доказательств общеупотребительности слова «Чикенсы» как термина, в том числе присутствия указанного слова в словарях, справочниках и специализированной кулинарной литературе. Во-вторых, не только рассмотренное выше слово «чикенЦы», но и само исходное наименование «чикенСы» не может считаться прямой транслитерацией с латиницы, поскольку к англоязычной основе с формообразующим суффиксом -s добавлена типичная для русского языка флексия. «Следовательно, – указано в решении коллегии, – слово «Чикенсы» является вымышленным и не может напрямую, без ассоциаций и домысливания, указывать на какой-либо определённый вид товара» [Решение Федеральной службы... 2020].

Литература

Методические рекомендации по проверке заявленных обозначений на тождество и сходство (приказ Роспатента от 31.12.2009 г. № 197). URL: http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_102309/. Дата обращения: 07.09.2020.

Новичихина М.Е. Товарный знак: вопросы функционирования и лингвистической экспертизы. Воронеж, 2019.

Приказ Роспатента от 27.03.1997 г. № 26 (ред. от 31.12.2009 г.) «О Методических рекомендациях по отдельным вопросам экспертизы заявок на регистрацию товарных знаков» (вместе с «Методическими рекомендациями по определению однородности товаров и услуг при экспертизе заявок на регистрацию товарных знаков и знаков обслуживания», «Методическими рекомендациями по вопросам отнесения заявленных обозначений, товарных знаков и знаков обслуживания к категории вошедших во всеобщее употребление как обозначения товаров и услуг определённого вида», «Методическими рекомендациями по проверке заявленных обозначений на тождество и сходство»). URL: <https://legalacts.ru/doc/prikaz-rospatenta-ot-27031997-n-26-o/>. Дата обращения: 09.09.2020.

Решение Федеральной службы по интеллектуальной собственности от 28 февраля 2020 г. по заявке N 2013725568/33 «Об оставлении в силе правовой охраны "ЧИКЕНСЫ"». URL: <https://internet.garant.ru/#/document/77997596/entry/0>. Дата обращения: 07.09.2020.

References

Guidelines for checking the claimed designations for identity and similarity (Rospatent order No. 197 of 31.12.2009). URL: http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_102309/. Date of request: 07.09.2020. (in Russian).

Novichikhina, M.E. (2019). Trademark: issues of functioning and linguistic expertise. Voronezh (in Russian).

Rospatent's Order No. 26 of 27.03.1997 (ed. from 31.12.2009) "On Methodological recommendations on specific issues of examination of applications for registration of trademarks" (together with "Methodical recommendations on determination of similarity of goods and services when examining applications for registration of trademarks and service marks", "Methodical recommendations on issues of attribution of claimed marks, trademarks and service marks of the category came into General use as designations of goods and services of a particular kind", "Methodological recommendations for the verification of claimed marks on identity and similarity". URL: <https://legalacts.ru/doc/prikaz-rospatenta-ot-27031997-n-26-o/>. Date of request: 09.09.2020 (in Russian).

Decision of the Federal service for intellectual property of February, 28, 2020 on the application N 2013725568/33 "On the retention of legal protection of "Chickenses". URL: <https://internet.garant.ru/#/document/77997596/entry/0>. Date of request: 07.09.2020 (in Russian).

Citation:

Акинина А.В. Анализ словесных товарных знаков на сходство до степени смешения: алгоритм работы эксперта-лингвиста (на примере реального экспертного кейса). // Юрислингвистика. – 2020. – 17. – С. 16-18.

Akinina, A.V. (2020). Analysis of verbal trademarks for similarity to the point of confusion: an algorithm for the work of an forensic linguist (a real expert case). *Legal Linguistics*, 17, 16-18.



This work is licensed under a Creative Commons Attribution 4.0. License