

РЕКОМЕНДАЦИИ ДЛЯ ЗАЯВИТЕЛЕЙ ПО РЕГИСТРАЦИИ СЛЕНГА В КАЧЕСТВЕ ТОВАРНЫХ ЗНАКОВ

Галкина Я. С. (ИТМО)

Научный руководитель – преподаватель практики, Кабалина Д.А. (ИТМО)

Введение. Сегодня продолжает расти количество новых товарных знаков, выделяющихся на фоне конкурирующих обозначений и добивающихся успеха на рынке, за счет разработки собственной стратегии взаимодействия с целевой аудиторией. Это включает в себя активное взаимодействие через различные каналы, в том числе регистрацию уникальных обозначений в качестве товарных знаков. Предпринимателям крайне важно создать логотип, который будет акцентировать внимание потребителей на функциональных или эмоциональных преимуществах. Однако чаще всего функциональные преимущества не значительно отличаются от предложений конкурентов. В результате, предприниматели обращаются к эмоциональной коммуникации, которая добавляет дополнительную ценность их продуктам. Одним из распространенных примеров такой стратегии является использование сленга в названии [1], [2].

В работе следует понимать под сленгом - неформальный, нестандартный тип языка, который характеризуется использованием нетрадиционной лексики и грамматики. Данный тип языка также отражает грубо-фамильярное, иногда юмористическое отношение к предмету речи [3].

Актуальность темы исследования обусловливается противоречивостью экспертизы по регистрации сленга в качестве товарного знака.

Основная часть. Проведен анализ судебной практики, связанной с регистрацией сленговых обозначений в качестве товарных знаков. В процессе исследования были рассмотрены как удачные примеры регистрации, так и случаи, когда в ней было отказано. Данный анализ позволил определить факторы, способствующие и препятствующие регистрации сленговых обозначений.

Выводы. На основе анализа судебной практики были разработаны следующие рекомендации для заявителей, направленные на повышение вероятности успешной регистрации товарного знака, включающего сленговые элементы:

1) Предоставлять информацию о сленговом выражении. Заявителям рекомендуется предоставить подробное описание используемых сленговых выражений вместе с документами на регистрацию товарного знака. Так как оценка охраноспособности обозначений во многом зависит от субъективных знаний и профессионального опыта эксперта, что иногда не позволяет точно оценить значение и контекст использования сленга.

2) Избегать употребления сленговых единиц и жаргонизмов, которые используются как оскорбительные и/или могут носить негативный оттенок, противоречить общественным интересам;

3) Включение в товарный знак, с использованием сленговых единиц доминирующих изобразительных элементов, выраженную графику, слитное написание;

4) Использование семантически положительного сленга в сочетании с теми классами МКТУ, которые не являются распространенными у предпринимателей/заявителей в заявляемых сферах деятельности;

5) Наличие у оригинального, созданного заявителем сленгового выражения, широкой различительной способности до даты подачи заявки на регистрацию.

Список использованных источников:

1. Егоров А. А. ОСОБЕННОСТИ ЭКСПЕРТИЗЫ ТОВАРНЫХ ЗНАКОВ, ПРОТИВОРЕЧАЩИХ ОБЩЕСТВЕННЫМ ИНТЕРЕСАМ, ПРИНЦИПАМ ГУМАННОСТИ И МОРАЛИ // Теория и практика современной науки. 2024. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/osobennosti-ekspertizy-tovarnyh-znakov-protivorechaschih-obschestvennym-interesam-printsipam-gumannosti-i-morali> (дата обращения: 25.02.2025);
2. Чимбергонов Б., Тлеулиев С. Молодежный сленг. Причины появления сленгов в русском языке //Ренессанс в парадигме новаций образования и технологий в XXI веке. – 2023. – Т. 1. – №. 1. – С. 128-130.
3. Ярцева В. Н. БЭС Большой энциклопедический словарь. Языкознание //М.: Российская энциклопедия. – 1988.