

ПРОТИВОРЕЧИЕ ОБЩЕСТВЕННЫМ ИНТЕРЕСАМ КАК ОСНОВАНИЕ ДЛЯ ОТКАЗА В РЕГИСТРАЦИИ ТОВАРНЫХ ЗНАКОВ: ОПЫТ ЗАРУБЕЖНЫХ СТРАН

Чебунина А.С.¹

Научный руководитель – преподаватель практики Кабалина Д.А.¹

¹Университет ИТМО

alina21092000@yandex.ru

Работа выполнена в рамках темы НИР №467987 «Определение предметной области и конкретизация направления научного исследования в области управления интеллектуальной собственностью». (11 пт)

Введение

Основанием для отказа в регистрации товарного знака может служить его противоречие «общественным интересам». Имеется в виду законодательное ограничение, запрещающее предоставлять монополию на обозначения, способные подорвать базовые общественные ценности или спровоцировать опасные социальные ассоциации. В Российской Федерации данное основание закреплено в подп. 2 п. 3 ст. 1483 ГК РФ и объединяет в себе три критерия: противоречие общественным интересам, принципам гуманности и морали [1].

На практике эксперты Роспатента ограничиваются общей формулировкой «противоречит общественным интересам», не раскрывая, какие именно ценности или нормы нарушаются заявленным обозначением. Между тем Суд по интеллектуальным правам подчёркивает, что указанные основания являются самостоятельными и требуют конкретного обоснования. Качество аргументации отказа напрямую влияет на его устойчивость, особенно в случае последующего судебного оспаривания.

Основная часть

Международный опыт показывает, что категории «общественный порядок» и «мораль» в праве товарных знаков чаще всего рассматриваются совместно, хотя их содержание и способы применения различаются в зависимости от юрисдикции. В Европейском союзе статья 7(1)(f) Регламента о товарном знаке ЕС разграничивает «публичный порядок» как категорию, оцениваемую по объективным критериям (связь с незаконной деятельностью, насилием, экстремизмом), и «принципы морали», которые соотносятся с фундаментальными этическими нормами общества, а оценка морали всегда привязана к восприятию релевантной публики в конкретный исторический момент (например дело о «Fack Ju Göhte») [4].

- Практика ЕС демонстрирует, что «общественный интерес» трактуется как охрана базовых ценностей общества, а не защита субъективных чувств. Например, в деле «La Mafia se sienta a la mesa» Общий суд ЕС подтвердил отказ в регистрации знака, романтизирующего мафию, указав, что коммерциализация образа преступной организации противоречит общественному порядку [2]. Аналогичный подход был применён в деле «Pablo Escobar», где имя, устойчиво ассоциирующееся с насилием и наркоторговлей, было признано противоречащим моральным нормам.

- Американская практика демонстрирует необычный случай. Верховный суд США в делах «Matal v. Tam» и «Iancu v. Brunetti» признал неконституционными положения Закона Лэнхэма, запрещающие регистрацию «непристойных» и «скандальных» обозначений, сославшись на приоритет свободы выражения [2]. Сейчас государству стало труднее отказывать в регистрации по моральным соображениям из-за высокого приоритета свободы слова, из-за чего моральные запреты как естественный фильтр значительно сузились после подобных решений.

- В Великобритании Закон о товарных знаках 1994 года сохраняет отказ в регистрации обозначений, противоречащих общественной политике или принятым

принципам морали. Британские эксперты предоставляют подробные обоснования своих решений, аргументируя несоответствие «общественной политики» с поощрением незаконного поведения, а «морали» с выражениями, неприемлемыми для общества [5].

• Схожие подходы прослеживаются в практике Норвегии, там «мораль» трактуется как то, что может быть воспринято как оскорбительное для людей с обычными установками, а «общественный порядок» как нарушение фундаментальных принципов государства [2]. Подход Норвегии схож с российским, но отличается более детальным и ориентированным на заявителя объяснением (например, дело о «Bad Russian» и «Bad Norwegian»).

То, что в одной стране может быть расценено как самоироничный этнический образ или нейтральный маркетинговый ход, в другой, в определенный исторический период, может быть воспринято в качестве провокации или оскорбления. Общественная чувствительность быстро меняется, и экспертиза старается это учитывать.

Анализ практики также показывает различия в подходе к религиозной символике. В российской экспертизе применяется осторожный подход (например, дело №СИП-179/2021 по товарному знаку «SAINT-VINCENT» по свидетельству № 196200), тогда как в зарубежных системах религиозные символы не запрещены автоматически, но оцениваются с точки зрения оскорбления, введения в заблуждение или разжигания ненависти [2]. Поэтому российская экспертиза в определенных чувствительных категориях чаще применяет фильтр на «опережение», в то время как в ряде зарубежных систем более значимым является подход с конкретным нарушением (враждебность, оскорбление), а не наличием религиозной ассоциации.

С точки зрения правоприменения, Суд по интеллектуальным правам (СИП) подтверждает, что подп. 2 п. 3 ст. 1483 ГК РФ содержит три самостоятельных основания для отказа в регистрации, требующих конкретного обоснования. Следовательно, когда экспертиза ссылается исключительно на «общественные интересы», она зачастую подразумевает «мораль/нравственность» как составную часть более широкого понятия. Однако суд ожидает в будущем использование более точной терминологии. Это необходимо для понимания того, какую именно ценность государство призвано защищать и каким образом конкретный товарный знак может нанести вред. Несмотря на то, что для заявителя конечный результат может быть одинаковым, с точки зрения юридической устойчивости и дальнейшей цифровизации данных вопросов, различие принципиально.

Выводы

В результате проведенного анализа можно сделать вывод о тесной корреляции общественных интересов и морально-нравственных категорий в праве товарных знаков различных государств, о значительном влиянии культурного и временного контекста на их интерпретацию, а также о необходимости повышения качества аргументации отказов для обеспечения предсказуемости и правовой устойчивости системы регистрации товарных знаков. Так как для возможности цифровизации и улучшения этой системы права в целом необходимо улучшить представление данных и обеспечить их структурную организацию, чтобы прогнозы и итоги регистрации могли быть адекватно восприняты и объяснены судами и экспертами.

Литература

1. Гражданский кодекс Российской Федерации (часть четвертая) от 18.12.2006 № 230-ФЗ (ред. от 31.07.2023) // КонсультантПлюс. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_64629/ (дата обращения: 06.01.2026).
2. Федеральный институт промышленной собственности (ФИПС). Реестр заявок. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www1.fips.ru/registers-web/> (дата обращения: 06.02.2026).

3. Industrial Property Office Act (Act relating to the Industrial Property Office) // Norwegian Industrial Property Office (NIPO). [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.patentstyret.no/en/about-us/how-we-work/industrial-property-office-act> (дата обращения: 29.01.2026).
4. Regulation (EU) 2017/1001 of the European Parliament and of the Council of 14 June 2017 on the European Union trade mark (EUTMR).
5. United Kingdom Intellectual Property Office (UKIPO). – Official website. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.gov.uk/government/organisations/intellectual-property-office> (дата обращения: 29.01.2026).

Автор _____ Чебунина А.С
Научный руководитель _____ Кабалина Д.А.