

ЗАКЛЮЧЕНИЕ
по результатам рассмотрения ☒ возражения ☐ заявления

Коллегия в порядке, установленном частью четвертой Гражданского кодекса Российской Федерации, введенной в действие с 1 января 2008 г. Федеральным законом от 18 декабря 2006 г. №321-ФЗ (далее - Кодекс), и Правилами рассмотрения и разрешения федеральным органом исполнительной власти по интеллектуальной собственности споров в административном порядке, утвержденными приказом Министерства науки и высшего образования Российской Федерации и Министерства экономического развития Российской Федерации от 30 апреля 2020 №644/261 (далее – Правила ППС), рассмотрела поступившее 18.03.2024 возражение против предоставления правовой охраны товарному знаку по свидетельству №861379, поданное Звонаревой Натальей Александровной, г. Новосибирск (далее – лицо, подавшее возражение), при этом установила следующее.

Оспариваемый товарный знак «**PSYCHOSOPHY**» по заявке №2021720766 с приоритетом от 08.04.2021 зарегистрирован 01.04.2022 в Государственном реестре товарных знаков и знаков обслуживания Российской Федерации (далее – Госреестр) за №861379 в отношении товаров и услуг 09, 16, 35, 41, 42, 44, 45 классов Международной классификации товаров и услуг (далее – МКТУ), указанных в перечне свидетельства, на имя Фонда научного и творческого наследия Александра Юрьевича Афанасьева, 115142, Москва, Коломенская набережная, д. 18, кв. 263 (далее - правообладатель). Сведения о регистрации товарного знака были опубликованы 01.04.2022 в официальном бюллетене «Товарные знаки, знаки обслуживания, географические указания и наименования мест происхождения товаров» №7 за 2022 год.

В возражении и дополнениях к нему, поступивших в ходе его рассмотрения 20.06.2024, 26.07.2024, 21.08.2024, 07.04.2025, 28.07.2025, 12.08.2025 (продублировано 14.08.2025), выражено мнение о том, что правовая охрана товарному знаку по свидетельству №861379 предоставлена в нарушение требований, установленных

положениями подпунктов 1, 2 пункта 1 и подпункта 1 пункта 3 статьи 1483 Кодекса, при этом консолидированная позиция лица, подавшего возражение, сводится к следующему:

- входящий в состав оспариваемого товарного знака по свидетельству №861379 словесный элемент «PSYCHOSOPHY» является латинской транслитерацией термина «ПСИХОСОФИЯ», созданного Афанасьевым А.Ю. в середине 80-х годов для обозначения разработанной им типологии личности, предназначенной для анализа и прогноза совместимости парных отношений, является общеупотребимым термином, ставшим за сорокалетний период использования общепринятым и не обладающим различительной способностью, о чем свидетельствуют многочисленные общедоступные источники информации;

- для товаров и услуг, имеющих прямое отношение к психософии, спорный словесный элемент подлежит дискламации, а, учитывая, что он является единственным элементом, правовая охрана оспариваемого товарного знака подлежит прекращению для товаров 09 класса МКТУ *«значки настроения, загружаемые для мобильных телефонов/эмотиконы, загружаемые для мобильных телефонов; обеспечение программное для компьютеров; программы для компьютеров; программы игровые для компьютеров, загружаемые; программы игровые для компьютеров, записанные; программы компьютерные, загружаемые; программы операционные для компьютеров; публикации электронные загружаемые; средства обучения аудиовизуальные; фильмы [мультипликационные]»*, для товаров 16 класса МКТУ *«альманахи; блокноты; блокноты [канцелярские товары]; брошюры; буклеты; бюллетени информационные; газеты; издания периодические; издания печатные; изображения графические; каталоги; книги; материалы графические печатные; материалы для обучения [за исключением приборов]; продукция печатная; проспекты; товары писчебумажные; учебники [пособия]»*, для услуг 35 класса МКТУ *«изучение общественного мнения; информация деловая; информация и советы коммерческие потребителям в области выбора товаров и услуг; консультации по управлению персоналом; консультации, касающиеся коммуникационных стратегий в рекламе; консультации, касающиеся*

коммуникационных стратегий в связях с общественностью; обзоры печати; обработка текста; предоставление деловой информации через веб-сайты; предоставление информации в области деловых и коммерческих контактов; сбор и предоставление статистических данных; сбор информации в компьютерных базах данных; тестирование психологическое при подборе персонала; услуги в области общественных отношений; услуги по исследованию рынка», для услуг 41 класса МКТУ «академии [обучение]; издание книг; информация по вопросам воспитания и образования; информация по вопросам отдыха; клубы здоровья [оздоровительные и фитнес-тренировки]; макетирование публикаций, за исключением рекламных; обучение заочное; обучение практическим навыкам [демонстрация]; обучение при помощи симуляторов; организация выставок с культурно-просветительной целью; организация досуга; организация и проведение коллоквиумов; организация и проведение конгрессов; организация и проведение конференций; организация и проведение концертов; организация и проведение мастер-классов [обучение]; организация и проведение образовательных форумов неvirtуальных; организация и проведение семинаров; организация и проведение симпозиумов; организация конкурсов [учебных или развлекательных]; ориентирование профессиональное [советы по вопросам образования или обучения]; переподготовка профессиональная; предоставление видео файлов онлайн, незагружаемых; предоставление незагружаемых телевизионных программ через сервисы "видео по запросу"; предоставление незагружаемых фильмов через сервисы "видео по запросу"; предоставление электронных публикаций онлайн, незагружаемых; проведение экзаменов; производство кинофильмов, за исключением производства рекламных роликов; прокат видеофильмов; прокат звукозаписей; прокат кинофильмов; публикации с помощью настольных электронных издательских систем; публикация интерактивная книг и периодики; публикация текстовых материалов, за исключением рекламных; создание фильмов, за исключением рекламных; тьюторинг; услуги клубов [развлечение или просвещение]; услуги музеев [презентация, выставки]; услуги образовательно-воспитательные; услуги образовательные, предоставляемые помощниками по особым потребностям; услуги

образовательные, предоставляемые школами; услуги репетиторов, инструкторов [обучение]; учреждения дошкольные [воспитание]; школы-интернаты», для услуг 42 класса МКТУ «исследования научные», для услуг 44 класса МКТУ «советы по вопросам здоровья; услуги психологов», для услуг 45 класса МКТУ «советы в духовной области»;

- для остальных товаров и услуг, не имеющих отношения к психософии, спорный словесный элемент не может восприниматься в качестве фантазийного, носит ложный характер и способен ввести потребителя в заблуждение, а именно, для товаров 09 класса МКТУ «файлы звуковые, загружаемые для звонков мобильных телефонов; файлы изображений загружаемые; файлы музыкальные загружаемые», для товаров 16 класса МКТУ «атласы; календари; картинки; литографии; марки почтовые; открытки музыкальные; открытки поздравительные; открытки почтовые; фотографии [отпечатанные]; эмблемы [клейма бумажные]; эстампы [гравюры]; этикетки из бумаги или картона», для услуг 35 класса МКТУ «бизнес-услуги посреднические по подбору потенциальных частных инвесторов и предпринимателей, нуждающихся в финансировании; организация выставок в коммерческих или рекламных целях; организация торговых ярмарок в коммерческих или рекламных целях; поиск информации в компьютерных файлах для третьих лиц; поиск поручителей; предоставление места для онлайн-продаж покупателям и продавцам товаров и услуг; пресс-службы; продвижение продаж для третьих лиц; реклама; услуги снабженческие для третьих лиц [закупка и обеспечение предпринимателей товарами]», для услуг 41 класса МКТУ «воспитание физическое; обучение гимнастике; передача ноу-хау [обучение]; проведение фитнес-классов; услуги индивидуальных тренеров [фитнес]», для услуг 44 класса МКТУ «консультации медицинские для людей с ограниченными возможностями; лечение гомеопатическими эссенциями; мануальная терапия [хиропрактика]; массаж; обследование медицинское; паллиативная помощь; помощь медицинская; услуги домов для выздоравливающих; услуги медицинских клиник; услуги нетрадиционной медицины; услуги терапевтические; физиотерапия; центры здоровья»;

- обозначение «ПСИХОСОФИЯ» используется лицом, подавшим возражение, в качестве научного термина, при этом правообладатель оспариваемого товарного знака подал иск в суд о признании незаконным такого использования «ПСИХОСОФИЯ» (дело №А45-1068/2024), что свидетельствует о том, что настоящее возражение подано заинтересованным лицом;

- Афанасьев А.Ю. не является первым лицом, предложившим использовать термин «ПСИХОСОФИЯ» / «PSYCHOSOPHY» для названия системы взглядов на человеческие отношения, а заимствовал его у немецкого ученого Рудольфа Штейнера, который составил его из двух греческих слов «психо» и «софос» и использовал полученный термин с 1910 года в своих работах, неоднократно публиковавшихся в России до даты приоритета оспариваемого товарного знака и доступных для обозрения на различных электронных ресурсах;

- регистрация оспариваемого товарного знака была произведена после популяризации третьими лицами термина «ПСИХОСОФИЯ», связанного с трудами Афанасьева А.Ю. и Рудольфа Штейнера, при этом сам товарный знак по свидетельству №861379, зарегистрированный намного позже смерти Афанасьева А.Ю. в 2005 году, принадлежит не его наследникам, а фонду, не имеющему к нему никакого отношения;

- обозначение «ПСИХОСОФИЯ» / «PSYCHOSOPHY» должно оставаться свободным в обиходе для лиц, оказывающих услуги или занимающихся наукой – психологией, а не быть объектом монополизации конкретного лица;

- в судебном споре, инициированном правообладателем оспариваемого товарного знака против лица, подавшего возражение, судом было установлено, что обозначение «ПСИХОСОФИЯ» носит терминологический характер.

С учетом изложенного, лицо подавшее возражение, просит признать предоставление правовой охраны товарному знаку по свидетельству №861379 недействительным полностью.

В качестве материалов, иллюстрирующих доводы возражения, представлены копии следующих документов:

(1) исковое заявление по делу №А45-1068/2024;

(2) решение Арбитражного суда Новосибирской области по делу №А45-1068/2024 от 13.08.2024;

(3) постановление Суда по интеллектуальным правам по делу №А45-1068/2024 от 26.03.2025;

(4) выдержки из книги авторства Рудольфа Штейнера «Антропософия. Психософия. Пневматософия», перевод: Хорин Е., 1978 – предисловия и часть II «ПСИХОСОФИЯ»;

(5) сведения из электронных словарных источников:
<https://dic.academic.ru/dic.nsf/ruwiki/155424>,
<https://ozhegov.slovaronline.com/search?s=психософия>,
<https://orthographical.slovaronline.com/search?s=психософия>,
<https://dic.academic.ru/searchall.php?SWord=психософия&from=ru&to=xx&did=&stype=>;

(6) скриншоты роликов с платформы YouTube;

(7) результаты поисковых запросов Google;

(8) скриншот с сайта www.elibrary.ru;

(9) статья «Особенности реализации гибридных и смешанных типов в моделях;

(10) скриншот с сайта курсов <https://web.archive.org/web/20170804085022/https://archetype-center.ru/kurs/>;

(11) скриншот теста с сайта <https://bestsocionics.com/test/psychosophy>;

(12) скриншот теста с сайта <https://typtest.ru/aleafan.htm>;

(13) скриншот теста с сайта <http://www.socioclub.org/tests/?testid=afan>;

(14) скриншоты с сайтов с указанием опубликованных произведений Рудольфа Штайнера;

(15) выдержки из статьи «Особенности «необычного» «Есенина». Взаимное влияние функций по соционике и психософии / Р.Р. Ашрафов // Соционика, ментология и психология личности, №5/2010, стр. 55-59 (<https://www.elibrary.ru/item.asp?id=26566157>);

(16) выдержки из статьи «Психософия с точки зрения системного подхода» / Я.Ю. Евдокимов // Соционика, ментология и психология личности», №3/2011, стр. 77-81 (<https://www.elibrary.ru/item.asp?id=26480050>);

(17) выдержки из статьи «Специфика восприятия при наслоении психософского типа на соционический ТИМ на примере ЛИИ ЭЛФВ» / М. И. Петрова // Соционика, ментология и психология личности, №6/2013, стр. 35-38 (<https://www.elibrary.ru/item.asp?id=26566279>);

(18) выдержки из статьи «Влияние третьей Воли на работу функций Модели А» / И. П. Резвов, А.В. Цигенов // Соционика, ментология и психология личности, №6/2014, стр. 24-30 (<https://www.elibrary.ru/item.asp?id=26566322>);

(19) выдержки из статьи «Влияние положения Физики в психософии на диагностику по признаку «интуиция – сенсорика» / А.А. Быстрова // Соционика, ментология и психология личности. №1/2014, стр. 49-58 (<https://www.elibrary.ru/item.asp?id=26566288>);

(20) выдержки из статьи «Психософия в рамках системного подхода» / Я.Ю. Евдокимов // Психология и соционика межличностных отношений №5 (137)/2014, стр. 22-26 (<https://www.elibrary.ru/item.asp?id=26185602>);

(21) выдержки из статьи «Гибридные и смешанные типы личности: особенности конструкторов» / А.В. Шиндин // Человек. Искусство. Вселенная, №1/2015, стр. 97-112 (<https://www.elibrary.ru/item.asp?id=25909559>);

(22) выдержки из статьи «Особенности влияния высокой Эмоции и низкой Логики по типологии Афанасьева на соционический тип ТР (ИЛИ)» / Ю.Ю. Уварова // Соционика, ментология и психология личности, №2/2015, стр. 57-61 (<https://www.elibrary.ru/item.asp?id=26564708>);

(23) выдержки из статьи «Типология Афанасьева и определение соционического типа / А.А. Быстрова // Психология и соционика межличностных отношений, №9-10 (153-154)/2015, стр.69-78 (<https://www.elibrary.ru/item.asp?id=25412086>);

(24) «Сочетание соционического типа ЛСЭ (Администратор) и психософского типа ЭВФЛ»/ А.С. Федулова // Психология и соционика межличностных

отношений,

№5-6(161-162)/2016,

стр.74-77

(<https://www.elibrary.ru/item.asp?id=29219724>;

(25) выдержки из статьи «Сочетание соционического типа ЛИИ «Аналитик» и психософского типа ЛВФЭ «Лао Цзы» / Н.С. Карнаев // Психология и соционика межличностных отношений, №3-4(159-160)/2016, стр. 71-74 (<https://www.elibrary.ru/item.asp?id=26529542>);

(26) выдержки из статьи «Сочетание соционического типа ИЭИ и психософского типа ФЛЭВ на личном примере / Е.В. Бережная // Психология и соционика межличностных отношений, №1-2(157-158)/2016, стр. 72-78 (<https://www.elibrary.ru/item.asp?id=26528791>);

(27) выдержки из статьи «Теоретическо-методологический анализ теорий развития личности в контексте психософии» / О.А. Ахвердова, Н.А. Тарасьян, Н.Н. Волоскова // Велес, №3-2(45)/2017, стр. 97-106 (<https://www.elibrary.ru/item.asp?id=28983214>);

(28) выдержки из статьи «Насколько корректен термин «волевая сенсорика»? / Т.С. Процкий // Соционика, ментология и психология личности, №6/2017, стр. 35-43 (<https://www.elibrary.ru/item.asp?id=32312737>);

(29) выдержки из статьи «Соционика и психософия: взаимовыгодный симбиоз» / Р.К. Коваленко, Н.А. Звонарева // Психология и соционика межличностных отношений, №3-4(171-172)/2017, стр. 65-71 (<https://www.elibrary.ru/item.asp?id=29826519>);

(30) выдержки из статьи «Развитие зоны комплексов с точки зрения психософии» / Н.А. Звонарева, Р.К. Коваленко // Психология и соционика межличностных отношений, №1-2(169-170)/2017, стр. 74-78, (<https://www.elibrary.ru/item.asp?id=29826509>);

(31) выдержки из статьи «Как дарить подарки при помощи типологий личности» / Н. А. Звонарева, С.В. Шалюхина, Н. Е. Линейцева, Р. К. Коваленко // Менеджмент и кадры: психология управления, соционика и социология, №5-6(185-186)/2018, стр. 48-56 (<https://www.elibrary.ru/item.asp?id=35269754>);

(32) выдержки из статьи «Взаимодействие соционики и психософии на конкретном примере» / М. И. Петрова // Психология и соционика межличностных отношений, №3-4(195-196)/2019, стр. 17-20 (<https://www.elibrary.ru/item.asp?id=41040868>);

(33) выдержки из статьи «О типологиях и типировании через призму эго-состояний Берна» / А. В. Чернявский // Психология и соционика межличностных отношений, №1-2(193-194)/2019, стр. 9-15 (<https://www.elibrary.ru/item.asp?id=41044929>);

(34) выдержки из статьи «Функция Воли в психософии и работа модели А в соционике» / И.П. Резвов, А.В. Цигенов // Психология и соционика межличностных отношений, №11-12(203-204)/2019, стр. 43-49 (<https://www.elibrary.ru/item.asp?id=42216817>);

(35) выдержки из статьи «Задача формирования оптимального расписания выполнения работ членами коллектива (семьи)» / А.В. Красникова // Математические структуры и моделирование, №2(54)/2020, стр. 86-94. - DOI 10.24147/2222-8772.2020.2.86-94 (<https://www.elibrary.ru/item.asp?id=44383737>);

(36) выдержки из статьи «Задача о расписании с расширением» / А.В. Красникова // Молодёжь третьего тысячелетия: сборник научных статей, Омск, 01-26 апреля 2020 года. - Омск: Омский государственный университет им. Ф.М. Достоевского, 2020, стр. 290-293 (<https://www.elibrary.ru/item.asp?id=44427777>);

(37) выдержки из статьи «Модель психологических типов восприятия и деятельности через призму конструкта «времени» / А.В. Шиндин // Человек. Искусство. Вселенная, №2/2021, стр. 44-53 (<https://www.elibrary.ru/item.asp?id=47654405>);

(38) выдержки из статьи «Исследование влияния представлений человека о себе на его интересы и реализацию в различных сферах / Н.А. Звонарева, Р.К. Коваленко // Russian Journal of Education and Psychology, №1/2022, - Т.13, стр. 113-138. — DOI 10.12731/2658-4034-2022-13-1-113-138 (<https://www.elibrary.ru/item.asp?id=48449482>);

(39) выдержки из статьи «Исследование взаимосвязи между типами мышления по Г.В. Резапкиной и типами личности по соционике и психософии» / И.Н. Канунников // Психология, социология и педагогика, №5(89)/2022 (<https://www.elibrary.ru/item.asp?id=49853368>);

(40) выдержки из статьи «Психософия - новый подход в типологии личности / Д.В. Ульянова // Роль науки и образования в модернизации и реформировании российского общества: Сборник статей по материалам Межрегиональной научно-практической конференции студентов, магистрантов, аспирантов и преподавателей, Сергиев Посад, 28 мая 2021 года. - Сергиев Посад: Московский финансово-юридический университет МФЮА, 2022, стр. 212-216 (<https://www.elibrary.ru/item.asp?id=49167393>);

(41) ролики с платформы YouTube:

(41.1) https://www.youtube.com/watch?v=ypOU_nBP2yw;

(41.1) <https://www.youtube.com/watch?v=IcGgEdZZY2k> от 13.04.2013;

(41.3) <https://www.youtube.com/watch?v=4sTYXSHKsSc> от 02.07.2013;

(41.4) <https://www.youtube.com/watch?v=dkX62ywl6pY> от 02.07.2013;

(41.5) <https://www.youtube.com/watch?v=yJ0PM-NxsZ4> от 23.03.2015;

(41.6) <https://www.youtube.com/watch?v=-OlA016UY0c> от 23.03.2015;

(41.7) <https://www.youtube.com/watch?v=-qusYO0k2tc> от 19.07.2015;

(41.8) https://www.youtube.com/watch?v=Id31ShS_KRU от 03.01.2016;

(41.9) <https://www.youtube.com/watch?v=2NVLn3-opkc> от 15.05.2016;

(41.10) <https://www.youtube.com/watch?v=lEMpunzLPi8> от 13.12.2016;

(41.11) https://www.youtube.com/watch?v=jp_H7YfoiwM от 20.12.2016;

(41.12) https://www.youtube.com/watch?v=ceh6_Wq0GcQ от 22.01.2017;

(41.13) <https://www.youtube.com/watch?v=XjX6NBN-BYc> от 12.05.2017;

(41.14) <https://www.youtube.com/watch?v=tblgtDQ9zIU> от 14.06.2017;

(41.15) <https://www.youtube.com/watch?v=Dc5vPQKAbcc> от 10.10.2017;

(41.16) <https://www.youtube.com/watch?v=ErXUsmuA5yc> от 26.12.2017;

(42) скриншот с сайта <https://psychosophy.ru/psychosophy> (возражения против предоставления правовой охраны товарному знаку по свидетельству №799404, стр.5);

(43) скриншот с сайта <https://ozhegov.slovaronline.com/search?s=психософия> (возражения против предоставления правовой охраны товарным знакам по свидетельствам №799404, стр.5 и №861379, стр.5);

(44) скриншот с сайта <https://orthographical.slovaronline.com/search?s=психософия> (возражения против предоставления правовой охраны товарным знакам по свидетельствам №799404, стр.6 и №861379, стр.6);

(45) скриншот с сайта <https://dic.academic.ru/searchall.php?SWord=психософия&from=ru&to=xx&did=type=> (возражения против предоставления правовой охраны товарным знакам по свидетельствам №799404, стр.6 и №861379, стр.6);

(46) скриншот с сайта <https://nadpo.ru/do/sotsionika-i-psikhosofiya-kak-effektivnye-instrumenty-izucheniya-cheloveka/>;

(47) скриншот с сайта <https://web.archive.org/web/20230127085123/https://nadpo.ru/do/sotsionika-i-psikhosofiya-kak-effektivnye-instrumenty-izucheniya-cheloveka/> (возражения против предоставления правовой охраны товарным знакам по свидетельствам №799404, стр.16 и №861379, стр.14);

(48) скриншот с сайта <https://academy-market.com/course/socionika-i-psihosofia-kak-effektivnye-instrumenty-izucenia-celoveka-nadpo> (<https://web.archive.org/web/20230519155442/https://academy-market.com/course/socionika-i-psihosofia-kak-effektivnye-instrumenty-izucenia-celoveka-nadpo>) (возражения против предоставления правовой охраны товарным знакам по свидетельствам №799404, стр.16 и №861379, стр.14);

(49) скриншот с сайта <https://ncrdo.ru/do/mk-sotsionika-i-psikhosofiya-kak-effektivnye-instrumenty-izucheniya-cheloveka/> (<http://web.archive.org/web/20231001091909/https://ncrdo.ru/do/mk-sotsionika-i-psikhosofiya-kak-effektivnye-instrumenty-izucheniya-cheloveka/>) (возражения против

предоставления правовой охраны товарным знакам по свидетельствам №799404, стр.16 и №861379, стр.14);

(50) скриншот с сайта <https://archetype-center.ru/kurs/> (<https://web.archive.org/web/20221206032719/https://archetype-center.ru/marathon/>) (возражения против предоставления правовой охраны товарным знакам по свидетельствам №799404, стр.16 и №861379, стр.14);

(51) скриншот с сайта <https://vk.com/market/product/kurs-sotsionika-i-psikhosofia-102842717-5727417> (возражение против предоставления правовой охраны товарному знаку по свидетельству №799404, стр.16);

(52) скриншот с сайта <https://v23.skladchik.org/threads/kurs-psixosofija.195535/> (возражения против предоставления правовой охраны товарным знакам по свидетельствам №799404, стр.16 и №861379, стр.15);

(53) скриншот с сайта <https://bestsocionics.com/test/psychosophy/> (возражения против предоставления правовой охраны товарному знаку по свидетельству №799404, стр.17);

(54) скриншот с сайта <https://typtest.ru/aleafan.htm> (возражение против предоставления правовой охраны товарному знаку по свидетельству №799404, стр.17);

(55) скриншот с сайта <https://uquiz.com/quiz/Tm6IQg/%D0%92%D0%B0%D1%88-%D0%BF%D1%81%D0%B8%D1%85%D0%BE%D1%81%D0%BE%D1%84%D0%B8%D1%87%D0%B5%D1%81%D0%BA%D0%B8%D0%B9-%D1%82%D0%B8%D0%BF> (возражение против предоставления правовой охраны товарному знаку по свидетельству №799404, стр.17);

(56) скриншот с сайта <https://typtest.ru/> (возражение против предоставления правовой охраны товарному знаку по свидетельству №799404, стр.17);

(57) скриншот с сайта <http://www.socioclub.org/tests/?testid=afan> (возражение против предоставления правовой охраны товарному знаку по свидетельству №799404, стр.17);

(58) скриншот с сайта <https://dzen.ru/a/X-ZSx-XNvGqWLxzG> (возражение против предоставления правовой охраны товарному знаку по свидетельству №799404, стр.17);

(59) скриншот с сайта https://vk.com/topic-6324851_12709867?offset=0 (возражения против предоставления правовой охраны товарным знакам по свидетельствам №799404, стр.17 и №861379, стр.15);

(60) скриншот с сайта <https://dic.academic.ru/dic.nsf/ruwiki/155424> (возражения против предоставления правовой охраны товарным знакам по свидетельствам №799404, стр.5 и №861379, стр.5);

(61) скриншот с сайта <https://sociomodel.ru/glossary.htm#P> (дополнения к возражениям против предоставления правовой охраны товарным знакам по свидетельствам №799404 и №861379, стр.3);

(62) скриншот с сайта <https://web.archive.Org/web/20170804085022/https://archetype-center.ru/kurs/> (дополнения к возражениям против предоставления правовой охраны товарным знакам по свидетельствам №799404 и №861379, стр.8).

Правообладатель оспариваемого товарного знака по свидетельству №861379 в установленном порядке был уведомлен о поступившем возражении и представил свой отзыв по его мотивам, а также дополнения к нему, поступившие 14.05.2024, 27.06.2024 (продублировано 28.06.2024), 19.07.2024, 16.09.2024 (продублировано 19.09.2024) со следующими аргументами в защиту правовой охраны товарного знака:

- у лица, подавшего возражение, отсутствует заинтересованность в оспаривании предоставления правовой охраны товарному знаку по свидетельству №861379, поскольку им не представлены доказательства осуществления деятельности с использованием спорного обозначения «PSYCHOSOPHY» или реальная необходимость его применения при оказании тех или иных услуг, кроме того, в рамках судебного спора по делу №А45-1068/2024 было установлено, что лицо, подавшее возражение, использует обозначение «ПСИХОСОФИЯ» не как средство индивидуализации, а как информационное обозначение;

- при этом обозначение «PSYCHOSOPHY» не является транслитерацией обозначения «ПСИХОСОФИЯ»;

- ряд упомянутых в возражении источников информации либо не доступны для обозрения, либо не являются допустимыми или относимыми доказательствами по делу, представляя собой информацию из сети интернет, которая не может рассматриваться в качестве достоверного доказательства наличия такого термина как «PSYCHOSOPHY» и его известности, при этом в части источников присутствует иное обозначение, имеющее разные варианты написания буквами латинского алфавита;

- из приведенных в возражении источников информации не усматривается, что словесный элемент «PSYCHOSOPHY» является общепринятым термином или обозначением, вошедшим во всеобщее употребление в качестве определенного вида товара или услуги, т.е. спорное обозначение является вымышленным, соответственно, не может вводить потребителя в заблуждение относительно указанных лицом, подавшим возражение, товаров и услуг;

- подавляющее количество источников информации, приведенных в возражении, связано с типологией личности «ПСИХОСОФИЯ», созданной Афанасьевым А.Ю., который является выдающимся российским писателем, ученым, психологом и философом, членом Российского союза профессиональных литераторов;

- оспариваемый товарный знак принадлежит фонду, учредителями которого являются наследники Афанасьева А.Ю., а именно, его жена Афанасьева Е.К. (обладатель исключительного авторского права на произведения Афанасьева А.Ю.) и ее сын, Аймалетдинов Р.Р., которые после смерти Афанасьева А.Ю. продвигают его идеи и творческое наследие, в частности, посредством сети Интернет (<http://www.aleafan>, <https://psychosophy.ru>, www.youtube.com) и осуществления издания его книги «Синтаксис любви»;

- приведенная лицом, подавшим возражение, ссылка на труды философа Рудольфа Штайнера, в которых упоминается понятие «ПСИХОСОФИЯ», не является доказательством терминологического характера данного слова в

психологии, поскольку касается иной области знаний – философии, а, кроме того, отсутствует известность спорного обозначения применительно к Рудольфу Штайнеру в силу его широкой известности в качестве названия теории Афанасьева А.Ю., при этом Рудольф Штайнер впервые опубликовал свои труды на немецком языке, в которых введенное им понятие используется в ином написании, нежели в оспариваемом товарном знаке.

С учетом изложенного правообладатель просит отказать в удовлетворении возражения и оставить в силе правовую охрану товарного знака по свидетельству №861379.

Доводы правообладателя сопровождают копии следующих документов:

(62) заключение Палаты по патентным спорам (приложение к решению Роспатента по заявке №2013711350);

(63) информация о статьях, указанных на стр. 8-11 возражения;

(63) распечатка результатов по ссылке <https://bestsococionics.com/test/psychosophy/>;

(64) распечатка результатов по ссылке <https://typtest.ru/>;

(65) результаты поискового запроса в Яндексe по слову «thermos»;

(66) заключения Палаты по патентным спорам (приложения к решению Роспатента по заявке №2011727108 «КАПУСТА», по свидетельству №485492 «СИБИРСКАЯ КОЛЛЕКЦИЯ», по свидетельству №561880 «CAREPROST», по свидетельству №660840 «ЕВРОВАЗОН»);

(67) дополнения ответчика к судебному заседанию по делу №А45-1068/2024;

(68) статья Шиндина А.В.;

(69) статья Звонаревой Н.А., Коваленко Р.К.;

(70) сведения о делопроизводстве по заявке на оспариваемый товарный знак;

(71) справка Координационного совета Российского союза профессиональных литераторов;

(72) свидетельство о смерти Афанасьева А.Ю., копия свидетельства о праве на наследство, справка от РАО;

(73) выписка из ЕГРЮЛ на Фонд научного и творческого наследия Александра Юрьевича Афанасьева;

(74) договоры наследника с издательствами на публикацию книги Афанасьева А.Ю. «Синтаксис любви»;

(75) фотографии изданных книг Афанасьева А.Ю. «Синтаксис любви»;

(76) решение Арбитражного суда Новосибирской области по делу №А45-1068/2024 от 13.08.2024.

Изучив материалы дела и заслушав участвующих в рассмотрении возражения представителей сторон, коллегия признала доводы возражения убедительными в части.

С учетом даты приоритета (08.04.2021) оспариваемого товарного знака по свидетельству №861379 правовая база для оценки его охраноспособности включает в себя Кодекс и Правила составления, подачи и рассмотрения документов, являющихся основанием для совершения юридически значимых действий по государственной регистрации товарных знаков, знаков обслуживания, коллективных знаков от 20.07.2015 №482 (зарегистрировано в Министерстве юстиции Российской Федерации 18.08.2015, регистрационный №38572), вступившие в силу 31.08.2015 (далее – Правила).

В соответствии с подпунктом 1 пункта 2 статьи 1512 Кодекса предоставление правовой охраны товарному знаку может быть оспорено и признано недействительным полностью или частично в течение всего срока действия исключительного права на товарный знак, если правовая охрана была ему предоставлена с нарушением требований пунктов 1 и 3 статьи 1483 настоящего Кодекса.

Согласно пункту 1 статьи 1483 Кодекса не допускается государственная регистрация в качестве товарных знаков обозначений, не обладающих различительной способностью или состоящих только из элементов: 1) вошедших во всеобщее употребление для обозначения товаров определенного вида; являющихся общепринятыми символами и терминами.

Указанные элементы могут быть включены в товарный знак как неохраняемые элементы, если они не занимают в нем доминирующего положения.

Вместе с тем согласно пункту 1.1 статьи 1483 Кодекса положения пункта 1 настоящей статьи не применяются в отношении обозначений, которые:

- 1) приобрели различительную способность в результате их использования;
- 2) состоят только из элементов, указанных в подпунктах 1 - 4 пункта 1 настоящей статьи и образующих комбинацию, обладающую различительной способностью.

Согласно положениям пункта 34 Правил к обозначениям, не обладающим различительной способностью, относятся: простые геометрические фигуры, линии, числа; отдельные буквы и сочетания букв, не обладающие словесным характером или не воспринимаемые как слово; общепринятые наименования; реалистические или схематические изображения товаров, заявленных на регистрацию в качестве товарных знаков для обозначения этих товаров; сведения, касающиеся изготовителя товаров или характеризующие товар, весовые соотношения, материал, сырье, из которого изготовлен товар.

К обозначениям, не обладающим различительной способностью, относятся также обозначения, которые на дату подачи заявки утратили такую способность в результате широкого и длительного использования разными производителями в отношении идентичных или однородных товаров, в том числе в рекламе товаров и их изготовителей в средствах массовой информации.

При этом устанавливается, в частности, не является ли заявленное обозначение или отдельные его элементы вошедшими во всеобщее употребление для обозначения товаров определенного вида.

Проверяется также, не является ли заявленное обозначение или отдельные его элементы: общепринятыми символами, характерными для отраслей хозяйства или области деятельности, к которым относятся содержащиеся в перечне товары, для которых испрашивается регистрация товарного знака; условными обозначениями, применяемыми в науке и технике; общепринятыми терминами, являющимися лексическими единицами, характерными для конкретных областей науки и техники.

Как следует из положений пункта 35 Правил, для доказательства приобретения обозначением различительной способности, предусмотренной подпунктом 1 пункта 1.1 статьи 1483 Кодекса, могут быть представлены содержащиеся в соответствующих документах фактические сведения: о длительности, интенсивности использования обозначения, территории и объемах реализации товаров, маркированных заявленным обозначением, о затратах на рекламу, ее длительности и интенсивности, о степени информированности потребителей о заявленном обозначении и изготовителе товаров, включая результаты социологических опросов; сведения о публикациях в открытой печати информации о товарах, сопровождаемых заявленным обозначением и иные сведения.

В отношении документов, представленных для доказательства приобретения различительной способности, проводится проверка, в рамках которой учитывается вся совокупность фактических сведений, содержащихся в соответствующих документах.

Документы, представленные заявителем для доказательства приобретения различительной способности, учитываются при принятии решения о государственной регистрации товарного знака в том случае, если они подтверждают, что заявленное обозначение до даты подачи заявки воспринималось потребителем как обозначение, предназначенное для индивидуализации товаров определенного изготовителя.

Согласно положению подпункта 1 пункта 3 статьи 1483 Кодекса не допускается государственная регистрация в качестве товарных знаков обозначений, представляющих собой или содержащих элементы, являющиеся ложными или способными ввести в заблуждение потребителя относительно товара либо его изготовителя.

Исходя из пункта 37 Правил, при рассмотрении вопроса о ложности или способности обозначения ввести потребителя в заблуждение относительно товара или его изготовителя учитывается, что к таким обозначениям относятся, в частности, обозначения, порождающие в сознании потребителя представление об определенном

качестве товара, его изготовителе или месте происхождения, которое не соответствует действительности.

В случае если ложным или вводящим в заблуждение является хотя бы один из элементов обозначения, то обозначение признается ложным или вводящим в заблуждение.

Оспариваемый товарный знак «**PSYCHOSOPHY**» по свидетельству №861379 с приоритетом от 08.04.2021 является словесным, выполнен стандартным шрифтом заглавными буквами латинского алфавита.

Правовая охрана товарному знаку по свидетельству №861379 предоставлена в отношении широкого перечня товаров и услуг 09, 16, 35, 41, 42, 44, 45 классов МКТУ, а именно:

09 класс МКТУ - *значки настроения, загружаемые для мобильных телефонов; обеспечение программное для компьютерных игр, записанное; обеспечение программное для компьютеров, записанное; программы для компьютеров, записанные; программы игровые для компьютеров, загружаемые; программы компьютерные, загружаемые; программы операционные для компьютеров, записанные; программы-заставки для компьютеров, записанные или загружаемые; публикации электронные загружаемые; средства обучения аудиовизуальные; файлы звуковые, загружаемые для звонков мобильных телефонов; файлы изображений загружаемые; файлы музыкальные загружаемые; фильмы мультипликационные; элементы графические, загружаемые для мобильных телефонов;*

16 класс МКТУ - *альманахи; атласы; блокноты; блокноты [канцелярские товары]; брошюры; буклеты; бюллетени информационные; газеты; издания периодические; издания печатные; изображения графические; календари; картинки; каталоги; книги; литографии; марки почтовые; материалы графические печатные; материалы для обучения [за исключением приборов]; открытки музыкальные; открытки поздравительные; открытки почтовые; продукция печатная; проспекты; товары писчебумажные; учебники [пособия]; фотографии [отпечатанные]; эмблемы [клейма бумажные]; эстампы [гравюры]; этикетки из бумаги или картона;*

35 класс МКТУ - *бизнес-услуги посреднические по подбору потенциальных частных инвесторов и предпринимателей, нуждающихся в финансировании; изучение общественного мнения; консультации по управлению персоналом; консультации, касающиеся коммуникационных стратегий в рекламе; консультации, касающиеся коммуникационных стратегий связей с общественностью; обзоры печати; обработка текста; организация выставок в коммерческих или рекламных целях; организация торговых ярмарок; поиск информации в компьютерных файлах для третьих лиц; поиск поручителей; предоставление деловой информации; предоставление деловой информации через веб-сайты; предоставление информации в области деловых и коммерческих контактов; предоставление коммерческой информации и консультаций потребителям по вопросам выбора товаров и услуг; предоставление места для онлайн-продаж покупателям и продавцам товаров и услуг; пресс-службы; продвижение продаж для третьих лиц; реклама; сбор и предоставление статистических данных; сбор информации в компьютерных базах данных; тестирование психологическое при подборе персонала; услуги в области общественных отношений; услуги по исследованию рынка; услуги снабженческие для третьих лиц [закупка и обеспечение предпринимателей товарами];*

41 класс МКТУ - *академии [обучение]; воспитание физическое; издание книг; клубы здоровья [оздоровительные и фитнес-тренировки]; макетирование публикаций, за исключением рекламных; обучение гимнастике; обучение заочное; обучение практическим навыкам [демонстрация]; обучение при помощи симуляторов; организация выставок с культурно-просветительной целью; организация досуга; организация и проведение коллоквиумов; организация и проведение конгрессов; организация и проведение конференций; организация и проведение концертов; организация и проведение мастер-классов [обучение]; организация и проведение образовательных форумов неvirtуальных; организация и проведение семинаров; организация и проведение симпозиумов; организация конкурсов [учебных или развлекательных]; ориентирование профессиональное [советы по вопросам образования или обучения]; передача ноу-хау [обучение]; переподготовка профессиональная; предоставление видео файлов онлайн,*

незагружаемых; предоставление информации по вопросам воспитания и образования; предоставление информации по вопросам отдыха; предоставление незагружаемых телевизионных программ через сервисы «видео по запросу»; предоставление незагружаемых фильмов через сервисы «видео по запросу»; предоставление электронных публикаций онлайн, незагружаемых; проведение фитнес-классов; проведение экзаменов; производство фильмов, за исключением рекламных; прокат видеофильмов; прокат звукозаписей; прокат кинофильмов; публикации с помощью настольных электронных издательских систем; публикация интерактивная книг и периодики; публикация текстовых материалов, за исключением рекламных; создание фильмов, за исключением рекламных; тьюторинг; услуги индивидуальных тренеров [фитнес]; услуги клубов [развлечение или просвещение]; услуги музеев [презентация, выставки]; услуги образовательно-воспитательные; услуги образовательные, предоставляемые помощниками по особым потребностям; услуги образовательные, предоставляемые школами; услуги репетиторов, инструкторов [обучение]; учреждения дошкольные [воспитание]; школы-интернаты;

42 класс МКТУ - исследования научные;

44 класс МКТУ - консультации медицинские для людей с ограниченными возможностями; лечение гомеопатическими эссенциями; массаж; обследование медицинское; помощь медицинская; помощь паллиативная; советы по вопросам здоровья; терапия мануальная [хиропрактика]; услуги домов для выздоравливающих; услуги медицинских клиник; услуги нетрадиционной медицины; услуги психологов; услуги терапевтические; физиотерапия; центры здоровья;

45 класс МКТУ - советы в духовной области.

Необходимо отметить, что в соответствии с порядком оспаривания и признания недействительным предоставления правовой охраны товарному знаку, установленным положениями пункта 2 статьи 1513 Кодекса, возражение против предоставления правовой охраны товарному знаку подается заинтересованным лицом.

В этой связи следует руководствоваться правовой позицией, сформулированной Судом по интеллектуальным правам, отраженной в Справке¹ по результатам обобщения судебной практики по рассмотрению споров о досрочном прекращении правовой охраны товарного знака в связи с его неиспользованием.

Законодательство не конкретизирует понятие «заинтересованное лицо», поэтому таковым может быть признано любое лицо, обосновавшее наличие фактического интереса в признании недействительным предоставления правовой охраны товарному знаку (постановление Президиума Высшего Арбитражного Суда Российской Федерации от 03.04.2012 №16133/11).

В возражении приводятся доводы о том, что оспариваемый товарный знак по свидетельству №861379 включает словесный элемент «PSYCHOSOPHY», который носит общеупотребимый характер для части товаров и услуг, способен ввести потребителя в заблуждение относительно товаров и услуг, а предоставление ему правовой охраны на имя одного лица способна препятствовать осуществлению свободной деятельности иных хозяйствующих субъектов по введению в гражданский оборот различной продукции и услуг.

Доводы о несоответствии оспариваемого товарного знака положениям пунктов 1 и 3 статьи 1483 Кодекса подразумевают применение абсолютных оснований для отказа в регистрации товарного знака, которые позволяют без сопоставления с другими объектами прав третьих лиц оценить существо спорного обозначения, его способность выполнять различительную и индивидуализирующую функции товарного знака. При этом под различительной способностью товарного знака необходимо понимать способность обозначения вызывать в сознании потребителей ассоциации, связанные с конкретным производителем маркируемой продукции, а не с индивидуализируемыми товарным знаком товарами и услугами. Абсолютные основания для отказа в регистрации товарного знака установлены в интересах неопределенного круга лиц, т.е. носят публичный интерес.

Имеющиеся в деле материалы (приложения 1, 2, 3, 68, 77) свидетельствуют о наличии судебного спора (дело №А45-1068/2024) между Звонаревой Н.А. и Фондом

¹ Утверждена постановлением Президиума Суда по интеллектуальным правам от 24.07.2015 №СП-23/20.

научного и творческого наследия Александра Юрьевича Афанасьева, предметом разбирательства которого является выявленный правообладателем факт нарушения принадлежащего ему исключительного права на товарные знаки по свидетельствам №799404 и №861379 со стороны лица, подавшего возражение, при осуществлении однородной деятельности в области психологии с использованием обозначения «PSYCHOSOPHY» / «ПСИХОСОФИЯ».

Принимая во внимание конфликт интересов, касающийся использования обозначения «PSYCHOSOPHY» / «ПСИХОСОФИЯ», коллегия усматривает наличие заинтересованности лица, подавшего возражение, в оспаривании предоставления правовой охраны товарному знаку по свидетельству №861379.

Что касается существа поданного возражения, то необходимо отметить следующее.

Согласно сложившимся правовым подходам, сформулированным в Информационной справке Суда по интеллектуальным правам², подготовленной по результатам анализа и обобщения судебной практики Суда по интеллектуальным правам в качестве Суда первой и кассационной инстанций с учетом практики Верховного Суда Российской Федерации по вопросам, возникающим при применении положений пунктов 1 и 3 статьи 1483 Кодекса, оценка спорного обозначения на соответствие требованиям пункта 1 статьи 1483 Кодекса производится исходя из его восприятия рядовым, средним потребителем соответствующего товара в Российской Федерации – адресатом товаров, для индивидуализации которых зарегистрирован товарный, при этом данная оценка осуществляется на конкретную дату – дату подачи заявки на государственную регистрацию этого товарного знака и в отношении конкретных товаров, для которых предоставлена или испрашивается охрана.

Анализ оспариваемого товарного знака по свидетельству №861379 показал, что в качестве единственного индивидуализирующего элемента в его состав входит слово «PSYCHOSOPHY», которое является одним из возможных вариантов транслитерации слова «ПСИХОСОФИЯ», присутствующего в лексике русского

² утверждена постановлением Президиума Суда по интеллектуальным правам от 05.04.2017 №СП-23/10 по результатам обсуждения с участием членов Научно-консультативного совета при Суде по интеллектуальным правам.

языка. Слово «ПСИХОСОФИЯ» является сложносоставным, образовано из двух лексических единиц «ПСИХО» и «СОФИЯ», присутствующих в лексике русского языка, исходя из общедоступных словарно-справочных источников информации. Так, под словом «ПСИХО»³ (от греч. *psyche* - душа) понимается часть сложных слов, указывающая на отношение к психике (например, психология), а «СОФИЯ»⁴ (греч. *σοφία* – мастерство, знание, мудрость) является философским понятием, связанным с представлением о смысловой наполненности и устроенности вещей.

Вышеприведенная семантика лексических единиц «ПСИХО» и «СОФИЯ» позволяет ассоциировать слово «ПСИХОСОФИЯ» с неким знанием о душе человека.

Между тем, лицо, подавшее возражение, ссылаясь на различные источники информации, полагает, что слово «ПСИХОСОФИЯ» само по себе имеет конкретное смысловое значение, а именно представляет собой общепринятый термин в области психологии.

Необходимо отметить, что согласно энциклопедическим данным «психология»⁵ является дисциплиной, относящейся к науке о закономерностях, механизмах и фактах психической жизни человека и животных.

В этой связи коллегии надлежит оценить, отражено ли спорное словесное обозначение «PSYCHOSOPHY» / «ПСИХОСОФИЯ» в понятийно-терминологическом аппарате такой области знаний как психология в качестве общепринятого понятия и соотнести его с объемом предоставленной правовой охраны товарного знака по свидетельству №861379.

Следует указать, что решением Арбитражного суда Новосибирской области от 13.08.2024 по упомянутому выше делу №А45-1068/2024, выводы которого имеют преюдициальное значение для настоящего спора, было установлено, что в сети «Интернет» и иных источниках имеется большое количество научных публикаций, в которых понятие «ПСИХОСОФИЯ» используется в качестве научного термина, введенного в оборот задолго до регистрации оспариваемого товарного знака, в целях описания учебных курсов, посвященных психософии как психологической теории. К

³ <https://dic.academic.ru/dic.nsf/enc3p/246862>, Большой Энциклопедический словарь. 2000.

⁴ https://dic.academic.ru/dic.nsf/enc_philosophy/3361/СОФИЯ?ysclid=mhdjnhewlv567231168, Философская Энциклопедия. В 5-х т. - М.: Советская энциклопедия. Под редакцией Ф. В. Константинова. 1960-1970.

⁵ Большая медицинская энциклопедия. 1970, https://big_medicine.academic.ru/7079/ПСИХОЛОГИЯ; Большой Энциклопедический словарь. 2000, <https://dic.academic.ru/dic.nsf/enc3p/246922>.

аналогичным выводам пришел Седьмой арбитражный апелляционный суд г. Томска в своем постановлении от 31.10.2024 по данному делу. Кассационная инстанция Суда по интеллектуальным правам постановлением от 26.03.2025 оставила решение суда первой инстанции и постановление суда апелляционной инстанции без изменений.

Необходимо отметить, что Суд по интеллектуальным правам, не опровергая наличие общеупотребимого терминологического характера у спорного обозначения «ПСИХОСОФИЯ» указал на то, что вопрос о его различительной способности относится к компетенции федерального органа исполнительной власти по интеллектуальной собственности.

Исследуя наличие или отсутствие терминологического характера у спорного обозначения, коллегия исходит из того, что термины, в отличие от слов общей лексики, зачастую многозначных и связанных с контекстом, в пределах сферы применения точно и однозначно именуют понятие какой-либо области, науки, искусства и тому подобное. Иными словами, термин является точным названием строго определенного понятия и не допускает иного понимания. При этом при анализе обозначения на предмет его отнесения к общепринятым терминам необходимо исходить из восприятия этого обозначения применительно к конкретным товарам и услугам. Аналогичная позиция содержится, например, в постановлении Президиума Суда по интеллектуальным правам от 04.09.2020 по делу №СИП-750/2019.

Следует констатировать, что лицом, подавшим возражение, не приводятся сведения из официального терминологического издания по психологии, содержащего понятия из этой сферы деятельности, в котором бы было закреплено понятие «PSYCHOSOPHY» / «ПСИХОСОФИЯ».

Вместе с тем в поступившем возражении приводится большое количество опубликованных задолго до даты приоритета оспариваемого товарного знака научных статей в области психологии (приложения 15 - 40), раскрывающих слово «ПСИХОСОФИЯ» в качестве названия типологической концепции личности, изучающей сферы приоритетной реализации человека, его мнения о своих способностях и готовности выполнять определенные социальные роли в рамках этих сфер. При этом следует отметить, что ряд статей содержит текст на иностранном

языке, в котором слово «ПСИХОСОФИЯ» используется именно в спорном написании «PSYCHOSOPHY» (приложения 27, 35, 37).

Несмотря на то, что представленные научные статьи содержат упоминание о том, что названная типологическая концепция была разработана Афанасьевым А.Ю. в 80-х годах прошлого века, т.е. имеет конкретного автора, тем не менее, за длительное и широкое применение этой теории различными специалистами в области психологии и их научная деятельность на базе этой концепции, свидетельствует о том, что само понятие «PSYCHOSOPHY» / «ПСИХОСОФИЯ» уже было одобрено профессиональным сообществом в качестве определенной психологической терминологии на дату приоритета оспариваемого товарного знака.

Таким образом, именно наличие вышеупомянутых научных статей различных авторов за различные периоды времени до даты приоритета оспариваемого товарного знака позволяет сделать вывод о том, что обозначение «PSYCHOSOPHY» / «ПСИХОСОФИЯ» носит терминологический характер в области психологии.

Применение понятия «PSYCHOSOPHY» / «ПСИХОСОФИЯ» в сфере психологии свидетельствует о том, что данное обозначение должно быть свободно для использования широким кругом лиц, осуществляющим деятельность, связанную с публикацией научных материалов, обучением, исследованиями и консультациями. Данная деятельность напрямую соотносится с приведенными в оспариваемом товарном знаке товарами и услугами 09 класса МКТУ «публикации электронные загружаемые; средства обучения аудиовизуальные»; 16 класса МКТУ «альманахи; атласы; блокноты; брошюры; буклеты; бюллетени информационные; газеты; издания периодические; издания печатные; каталоги; книгиматериалы для обучения [за исключением приборов]; продукция печатная; проспекты; учебники [пособия]», 35 класса МКТУ «консультации по управлению персоналом; тестирование психологическое при подборе персонала», 41 класса МКТУ «академии [обучение]; издание книгмакетирование публикаций, за исключением рекламных; обучение заочное; обучение практическим навыкам [демонстрация]; обучение при помощи симуляторов; организация и проведение коллоквиумов; организация и проведение конгрессов; организация и проведение конференций; организация и проведение

мастер-классов [обучение]; организация и проведение образовательных форумов неvirtуальных; организация и проведение семинаров; организация и проведение симпозиумов; ориентирование профессиональное [советы по вопросам образования или обучения]; передача ноу-хау [обучение]; переподготовка профессиональная; предоставление информации по вопросам воспитания и образования; предоставление электронных публикаций онлайн, незагружаемых; проведение экзаменов; публикации с помощью настольных электронных издательских систем; публикация интерактивная книг и периодики; публикация текстовых материалов, за исключением рекламных; тьюторинг; услуги клубов [развлечение или просвещение]; услуги образовательно-воспитательные; услуги образовательные, предоставляемые помощниками по особым потребностям; услуги образовательные, предоставляемые школами; услуги репетиторов, инструкторов [обучение]; учреждения дошкольные [воспитание]; школы-интернаты», 42 класса МКТУ «исследования научные», 44 класса МКТУ «услуги психологов», 45 класса МКТУ «советы в духовной области».

Все вышесказанное обуславливают вывод о неохраноспособном характере словесного элемента «PSYCHOSOPHY», а, следовательно, оспариваемый товарный знак по свидетельству №861379 для приведенных выше групп товаров и услуг противоречит требованиям подпункта 2 пункта 1 статьи 1483 Кодекса и не может быть предметом охраны.

Кроме того, коллегия приняла во внимание представленные лицом, подавшим возражение, сведения о том, что понятие «PSYCHOSOPHY» / «ПСИХОСОФИЯ» стало известно потребителю не только в контексте такой области знаний как психология благодаря популяризации в научном сообществе психологов типологии личности Афанасьева А.Ю., но и имеет употребление в сфере философии благодаря циклу лекций немецкого философа начала прошлого века Рудольфа Штайнера, который ввел в оборот обозначение «ПСИХОСОФИЯ», исследуя человека в контексте его физической природы, душевной жизни и духовного существа (приложения 4, 14). Следует упомянуть, что работа Рудольфа Штайнера «Антропософия, психософия, пневматософия» неоднократно издавалась в России

задолго до даты приоритета оспариваемого товарного знака, что дополнительно свидетельствует о том, что данное понятие было известно и применялось в понятийном аппарате такой области знаний как философия, представляющей собой систему знаний об общих характеристиках, понятиях и принципах действительности (бытия), а также о бытии человека и об отношении его и окружающего мира. Следует упомянуть, что в приведенных работах Рудольфа Штайнера слово «ПСИХОСОФИЯ» на иностранных языках (немецком и английском) имеет разные варианты исполнения – «PSYCHOSOPHIE» или «PSYCHOSOPHY», что не меняет их одинакового восприятия.

Между тем, как известно, одно и то же обозначение способно в глазах потребителей вызывать различные ассоциации в отношении разных товаров, т.е. в отношении одних товаров может быть признано общеупотребимым, в отношении других – ложным, в отношении третьих – фантазийным.

В данном случае лицом, подавшим возражение, оспаривающим правомерность предоставления правовой охраны словесному элементу «PSYCHOSOPHY» в составе оспариваемого товарного знака по свидетельству №861379 в полном объеме, не представлено каких-либо доказательств того, что это обозначение для другой части товаров и услуг 09, 16, 35, 41, 44 классов МКТУ, к которой относятся программное обеспечение, электронные и графические изображения, услуги в сфере, связанной с управлением бизнесом, эксплуатацией, организацией и администрированием коммерческих или промышленных предприятий, продвижением товаров, деятельность в сфере развлечений, спорта и медицинской помощи, способно носить ложный характер и вводить потребителя в заблуждение. При этом, как упоминалось выше, спорное обозначение «PSYCHOSOPHY» помимо вышеупомянутого терминологического характера для определенной сферы деятельности в целом, в силу своей этимологии способно вызывать абстрактные ассоциации с душой и мудростью применительно к деятельности, которая не имеет отношения к изысканиям в области психологии, т.е. носить фантазийный характер.

Следует отметить, что в поступившем возражении в качестве основания для оспаривания правовой охраны товарному знаку по свидетельству №861379

указывается на то, что спорное обозначение «PSYCHOSOPHY» не соответствует критериям охраноспособности, установленным подпунктом 1 пункта 1 статьи 1483 Кодекса, который предполагает отказ в регистрации в качестве товарного знака обозначения, вошедшего во всеобщее употребление в качестве обозначения товара (услуги) определенного вида.

При этом согласно ГОСТ Р 51303-2013 «Торговля. Термины и определения» под товаром понимается объект гражданских прав (работа, услуга), предназначенный для продажи, обмена или иного введения в оборот.

Исходя из методологических подходов, обозначение может быть отнесено к вошедшим во всеобщее употребление обозначениям товаров определенного вида в том случае, если оно является видовым обозначением, длительное время используемым для наименования однородных товаров, выпускаемых различными производителями.

Признаками, характеризующими обозначение, вошедшее во всеобщее употребление как обозначение товаров определенного вида, являются:

- использование обозначения в качестве названия (наименования) товара специалистами соответствующих отраслей производства, работниками торговли, потребителями;
- применение обозначения в качестве названия (наименования) одного и того же товара или товаров того же вида, выпускаемых различными производителями;
- применение обозначение длительное время.

Только при наличии всех перечисленных выше признаков обозначение может быть отнесено к категории вошедших во всеобщее употребление как обозначение товаров определенного вида.

Обозначение становится видовым названием (наименованием) товара в том случае, когда оно прочно входит в обиход не только широких кругов потребителей, но и специалистов соответствующих отраслей производства, представителей торговых кругов, причем среди двух последних категорий использование обозначения в качестве названия (наименования) товара не носит узкоспециального или жаргонного характера.

Президиум Высшего Арбитражного Суда Российской Федерации в постановлении от 06.07.2004 №2606/04 в целях единообразного толкования и применения арбитражными судами нормы законодательства о товарных знаках об основаниях признания обозначения вошедшим во всеобщее употребление указал, что наличие подобного факта подлежит доказыванию со стороны заинтересованного лица.

При этом требование всеобщности предполагает следующее: обозначение должно потерять свою различительную способность для потребителей товара, его производителей или специалистов в данной конкретной области.

Общеупотребимость обозначения только в кругу производителей или специалистов является недостаточной. При исследовании всеобщности оценке подлежат данные о мнении максимально широкого круга лиц, который включает как специалистов, так и потребителей этого товара.

В сознании всех перечисленных категорий возникает устойчивая однозначная связь между товаром, обладающим определенными признаками, свойствами, качествами и тем обозначением, которое используется в качестве его названия (наименования).

Вошедшие во всеобщее употребление обозначения отличаются от описательных элементов, указывающих на вид товара, своим происхождением. Эти элементы входят в лексикон как обозначения определенных товаров (как бывшие товарные знаки или наименования вновь созданных товаров), а затем в результате длительного использования для обозначения этих же и однородных товаров различными производителями превращаются в видовые обозначения. Примерами таких обозначений являются, например, целлофан, термос, ланолин, вазелин, сахарин, целлулоид, эскалатор, примус, граммофон, магнитофон, линолеум, нейлон и др.

Следует констатировать, что представленные материалы возражения свидетельствуют о том, что обозначение PSYCHOSOPHY / «ПСИХОСОФИЯ» представляет собой понятие в психологической или философской концепции относительно личности человека. Данных же о том, что это обозначение

использовалось широким кругом лиц в качестве вида какого-либо товара или услуги, приведенной в перечне оспариваемого товарного знака по свидетельству №861379 до даты его приоритета, в деле не имеется.

Данные обстоятельства обуславливают вывод об отсутствии оснований для применения положений подпункта 1 пункта 1 статьи 1483 Кодекса применительно к оспариваемому товарному знаку.

Таким образом, резюмируя все обстоятельства дела в совокупности, доводы возражения представляются убедительными только в части несоответствия товарного знака по свидетельству №861379 требованиям подпункта 2 пункта 1 статьи 1483 Кодекса для вышеупомянутых товаров и услуг 09, 16, 35, 41, 42, 44, 45 классов МКТУ.

В соответствии с вышеизложенным, коллегия пришла к выводу о наличии оснований для принятия Роспатентом следующего решения:

удовлетворить возражение, поступившее 18.03.2024, признать предоставление правовой охраны товарному знаку по свидетельству №861379 недействительным частично для товаров и услуг 09 класса МКТУ «публикации электронные загружаемые; средства обучения аудиовизуальные», 16 класса МКТУ «альманахи; атласы; блокноты; брошюры; буклеты; бюллетени информационные; газеты; издания периодические; издания печатные; каталоги; книги; материалы для обучения [за исключением приборов]; продукция печатная; проспекты; учебники [пособия]», 35 класса МКТУ «консультации по управлению персоналом; тестирование психологическое при подборе персонала», 41 класса МКТУ «академии [обучение]; издание книгмакетирование публикаций, за исключением рекламных; обучение заочное; обучение практическим навыкам [демонстрация]; обучение при помощи симуляторов; организация и проведение коллоквиумов; организация и проведение конгрессов; организация и проведение конференций; организация и проведение мастер-классов [обучение]; организация и проведение образовательных форумов неvirtуальных; организация и проведение

семинаров; организация и проведение симпозиумов; ориентирование профессиональное [советы по вопросам образования или обучения]; передача ноу-хау [обучение]; переподготовка профессиональная; предоставление информации по вопросам воспитания и образования; предоставление электронных публикаций онлайн, незагружаемых; проведение экзаменов; публикации с помощью настольных электронных издательских систем; публикация интерактивная книг и периодики; публикация текстовых материалов, за исключением рекламных; тьюторинг; услуги клубов [развлечение или просвещение]; услуги образовательно-воспитательные; услуги образовательные, предоставляемые помощниками по особым потребностям; услуги образовательные, предоставляемые школами; услуги репетиторов, инструкторов [обучение]; учреждения дошкольные [воспитание]; школы-интернаты», 42 класса МКТУ «исследования научные», 44 класса МКТУ «услуги психологов», 45 класса МКТУ «советы в духовной области».

.