

KONFERENSIYALAR COM

ANJUMANLAR PLATFORMASI

**XV RESPUBLIKA ILMIY-
AMALIY KONFERENSIYASI**

**YANGI DAVR ILM-
FANI: INSON UCHUN
INNOVATSION G'OYA
VA YECHIMLAR**

AVGUST, 2026

ISSN 3093-8791

ELEKTRON NASHR:

<https://konferensiyalar.com>



Yangi davr ilm-fani: inson uchun innovatsion g'oya va yechimlar.
XV Respublika ilmiy-amaliy konferensiyasi materiallari to'plami.
2-jild, 15-son (13-avgust, 2026-yil).– 103 bet.

Mazkur nashr ommaviy axborot vositasi sifatida 2025-yil, 8-iyulda
C-5669862 son bilan rasman davlat ro'yaxatidan o'tkazilgan.

Elektron nashr: <https://konferensiyalar.com>

ISSN: 3093-8791 (onlayn)

Konferensiya tashkilotchisi: "Scienceproblems Team" MChJ

Konferensiya o'tkazilgan sana: 2026-yil, 10-avgust

Mas'ul muharrir:

Isanova Feruza Tulqinovna

Annotatsiya

Mazkur to'plamda "Yangi davr ilm-fani: inson uchun innovatsion g'oya va yechimlar" mavzusidagi XV Respublika ilmiy-amaliy konferensiyasi materiallari jamlangan. Nashrda respublikaning turli oliy ta'lim muassasalari, ilmiy markazlari va amaliyotchi mutaxassislari tomonidan tayyorlangan maqolalar o'rin olgan bo'lib, ular ijtimoiy-gumanitar, tabiiy, texnik va yuridik fanlarning dolzarb muammolari va ularning innovatsion yechimlariga bag'ishlangan.

Ushbu nashr ilmiy izlanuvchilar, oliy ta'lim o'qituvchilari, doktorantlar va soha mutaxassislari uchun foydali qo'llanma bo'lib xizmat qiladi.

Kalit so'zlar: ilmiy-amaliy konferensiya, innovatsion yondashuv, zamonaviy fan, fanlararo integratsiya, ilmiy-tadqiqot, nazariya va amaliyot, ilmiy hamkorlik.

Barcha huquqlar himoyalangan.

© Scienceproblems team, 2026-yil

© Mualliflar jamoasi, 2026-yil

ДОКТРИНА РАЗМЫВАНИЯ ОБЩЕИЗВЕСТНЫХ ТОВАРНЫХ ЗНАКОВ: ОСЛАБЛЕНИЕ РАЗЛИЧИТЕЛЬНОЙ СПОСОБНОСТИ (BLURRING) И ОЧЕРНЕНИЕ (TARNISHMENT)

Хошимова Юлдузхон Олимжоновна

Ташкентского государственного юридического университета

Базовый докторант

Аннотация. статья посвящена правовой природе размывания общеизвестных товарных знаков и разграничению его двух форм — ослабления различительной способности (blurring) и очернения репутации (tarnishment). Показано, что статья 16.3 Соглашения ТРИПС, Совместная рекомендация ВОИС 1999 г. и законодательство США закрепляют неодинаковые модели расширенной охраны: от требования связи и вероятного ущерба до самостоятельной защиты от ассоциации, ослабляющей уникальность либо репутацию знака. Проанализированы нормы Регламента МФЦА об интеллектуальной собственности 2024 г. и статей 32¹–32² Закона Республики Узбекистан о товарных знаках. Предлагается дополнить узбекское законодательство самостоятельным основанием защиты от blurring и tarnishment, установить критерии их оценки и исключения для добросовестного использования, критики и пародии.

Ключевые слова: общеизвестный товарный знак, размывание, ослабление различительной способности, очернение, смешение, ассоциация, репутация, пародия, добросовестное использование.

THE TRADEMARK DILUTION DOCTRINE FOR WELL-KNOWN MARKS: BLURRING AND TARNISHMENT

Khoshimova Yulduzkhon Olimjonovna

PhD researcher, Tashkent State University of Law

Annotation. the article examines the legal nature of trademark dilution and distinguishes its two principal forms: impairment of distinctiveness (blurring) and harm to reputation (tarnishment). It demonstrates that Article 16.3 of the TRIPS Agreement, the 1999 WIPO Joint Recommendation and United States law provide different models of enhanced protection, ranging from a connection-and-damage test to an autonomous remedy against associations that weaken a mark's uniqueness or reputation. The article analyses the AIFC Intellectual Property Regulations 2024 and Articles 32¹–32² of the Trademark Law of Uzbekistan. It proposes introducing an independent cause of action against blurring and tarnishment into Uzbek law, accompanied by assessment criteria and safeguards for fair use criticism and parody.

Keywords: well-known mark, trademark dilution, blurring, tarnishment, likelihood of confusion, association, reputation, parody, fair use.

DOI: <https://doi.org/10.47390/ymif-y2026v2i15/n12>

Введение

Традиционная модель товарно-знаковой охраны направлена прежде всего на предотвращение смешения: потребитель не должен ошибочно воспринимать чужое обозначение как указание на источник товара, его производителя либо экономическую связь между участниками рынка. Однако для общеизвестного товарного знака ущерб возможен и тогда, когда потребитель понимает, что товары происходят от разных третьих лиц. Многократное использование сходного обозначения в несвязанных сферах способно ослабить уникальную связь между знаком и одним коммерческим источником; использование в уничижительном или отталкивающем контексте —

повредить сформированной репутации. Эти два вида вреда охватываются доктриной trademark dilution.

Теоретические основы доктрины были сформулированы Ф. Шехтером в статье 1927 г. Он связывал ценность сильного знака не только с предупреждением заблуждения, но и с его самостоятельной способностью привлекать спрос и сохранять уникальность в сознании публики [1, с. 813–833]. В современном праве термин dilution используется как родовое понятие, тогда как blurring обозначает ослабление различительной способности, а tarnishment — причинение вреда репутационным ассоциациям знака. Такое терминологическое разграничение необходимо и для русскоязычной доктрины: «размывание» целесообразно использовать как общее понятие, «ослабление различительной способности» — как эквивалент blurring, а «очернение» — как эквивалент tarnishment.

Статья 6bis Парижской конвенции обязывает охранять общеизвестные знаки от воспроизведения или имитации в отношении тождественных либо сходных товаров [2], в свою очередь соглашение ТРИПС усилило этот режим. Его статья 16.2 распространила соответствующую охрану на услуги, а статья 16.3 — на неоднородные товары и услуги, но при двух условиях: использование должно указывать на связь с владельцем зарегистрированного общеизвестного знака, а интересам владельца должен угрожать ущерб [3]. Следовательно, статья 16.3 ТРИПС не формулирует завершённую автономную доктрину размывания – она сохраняет связь и вероятность вреда.

Более развернутый подход закреплён в Совместной рекомендации ВОИС о положениях в отношении охраны общеизвестных знаков 1999 г. Согласно статье 4(1)(b), конфликт возможен независимо от однородности товаров, когда выполняется хотя бы одно из трёх условий: использование указывает на связь и способно причинить ущерб; недобросовестным образом ослабляет или размывает различительный характер общеизвестного знака; либо позволяет извлекать недобросовестное преимущество из его различительного характера [4]. Важно, что ВОИС разделяет ослабление знака и паразитирование на его привлекательности. Поэтому недобросовестное извлечение преимущества не следует автоматически считать разновидностью blurring или tarnishment: оно образует самостоятельный тип посягательства, тесно связанный с правом о недобросовестной конкуренции.

Наиболее чёткое нормативное разграничение двух форм размывания содержится в § 43(c) Закона Лэнхэма (15 U.S.C. § 1125(c)), изложенном в редакции Trademark Dilution Revision Act 2006 г. Владелец знаменитого и различительного знака может требовать запрета использования, которое с вероятностью вызывает blurring или tarnishment, независимо от наличия смешения, конкуренции и фактически доказанного экономического ущерба [5; 6]. Американский критерий famous mark при этом является высоким: знак должен быть широко известен среди основной массы потребителей США, а не только в отдельном профессиональном или товарном секторе.

Dilution by blurring определяется как ассоциация, возникающая вследствие сходства обозначений и ослабляющая различительную способность знаменитого знака. Закон предлагает учитывать степень сходства, врождённую или приобретённую различительную способность, степень исключительности использования, уровень узнаваемости, намерение вызвать ассоциацию, наличие фактической ассоциации [5].

Эти обстоятельства не заменяют друг друга механически. Например, одной известности старшего знака недостаточно: необходимо показать, почему новая ассоциация действительно способна превратить уникальное обозначение в одно из ряда используемых разными лицами.

Dilution by tarnishment представляет собой ассоциацию, которая причиняет вред репутации знаменитого знака [5]. Речь идёт не о любой критике правообладателя и не о субъективно неприятном упоминании бренда. Правовое значение имеет использование сходного обозначения как коммерческого идентификатора либо иная эксплуатация, способная перенести на известный знак отрицательные ассоциации, связанные, например, с низким качеством, опасностью или унижительным контекстом.

Широкая охрана имеет исключения, Американский закон выводит из состава размывания добросовестное номинативное и описательное использование, сравнительную рекламу, пародирование, критику и комментирование правообладателя, новостные сообщения и некоммерческое использование [5]. Ещё до принятия федеральной редакции 2006 г. этот баланс был продемонстрирован в деле *L.L. Bean, Inc. v. Drake Publishers, Inc.*: апелляционный суд отказался поддержать запрет редакционной пародии, поскольку знак использовался не для обозначения коммерческого происхождения товара, а как объект художественного высказывания, защищаемого свободой выражения [7].

Для сравнительного анализа показателей Регламент МФЦА об интеллектуальной собственности 2024 г., вступивший в силу 1 января 2025 г. Пункт 49(4) воспроизводит модель статьи 16.3 ТРИПС: владелец общеизвестного знака вправе препятствовать использованию сходного обозначения для неоднородных товаров, если возникает возможная связь и вероятен ущерб его интересам. Пункт 49(5) дополнительно предоставляет право пресекать последующее коммерческое использование знака или фирменного наименования, вызывающее *dilution of the distinctive quality*. Пункт 53 исключает, среди прочего, добросовестное указание назначения товара, новостное сообщение, новостной комментарий, пародию и добросовестную сравнительную рекламу [8]. Вместе с тем Регламент не содержит самостоятельных определений *blurring* и *tarnishment*; поэтому его модель является важным, но не исчерпывающим региональным ориентиром.

В Узбекистане статьи 32¹ и 32² Закона «О товарных знаках, знаках обслуживания и наименованиях мест происхождения товаров» регулируют признание и правовую охрану общеизвестного товарного знака. Обозначение может быть признано общеизвестным, если вследствие непрерывного использования оно стало широко известно в отношении товаров заявителя среди соответствующих потребителей; охрана предоставляется на основании решения Апелляционного совета, сведения вносятся в специальный перечень, а срок охраны не ограничен [9; 10]. Однако текст указанных статей не раскрывает ослабление различительной способности и очернение как самостоятельные основания защиты и не устанавливает критерии оценки вредоносной ассоциации при отсутствии смешения.

Такой пробел имеет практическое значение, общий запрет смешения эффективен, когда спор касается близких товаров или ложного впечатления о связи между производителями. Его значительно сложнее применять к использованию

известного обозначения в полностью иной сфере, когда публика распознаёт шутку, намёк или заимствование, но уникальность знака постепенно уменьшается. Одновременно чрезмерно широкая охрана способна превратить известность в абсолютную монополию на слово или образ. Поэтому введение доктрины размывания допустимо только при одновременном закреплении высокого порога охраны, конкретных критериев и исключений для законного выражения мнения.

Представляется целесообразным дополнить статью 32² Закона Республики Узбекистан специальной нормой, которая могла бы быть сформулирована, что владелец общеизвестного товарного знака вправе требовать пресечения коммерческого использования обозначения, фирменного наименования или доменного имени, если такое использование вследствие сходства с общеизвестным товарным знаком способно, независимо от однородности товаров или услуг и наличия вероятности смешения может ослабить различительную способность общеизвестного товарного знака либо причинить вред его репутации.

При оценке ослабления различительной способности следует учитывать степень сходства обозначений, исходную и приобретённую различительную способность общеизвестного знака, исключительность и длительность его использования, степень известности, намерение пользователя вызвать ассоциацию и наличие фактической ассоциации. Для очернения необходимо устанавливать не просто отрицательный контекст, а вероятность переноса на знак репутационно вредных ассоциаций. Самостоятельно следует урегулировать недобросовестное извлечение преимущества из известности знака, поскольку оно защищает от паразитирования, а не от утраты различительной способности или репутации.

Норма должна сопровождаться оговоркой о том, что нарушением не признаются добросовестное описательное и номинативное использование, сравнительная реклама в соответствии с честными обычаями, новостное сообщение и комментарий, научная и образовательная деятельность, критика, пародия и иное некоммерческое использование, если обозначение не применяется как средство индивидуализации собственных товаров и не вводит потребителей в заблуждение. Такой подход позволяет защищать инвестиционную и рекламную ценность общеизвестного знака, не устраняя конкуренцию и свободу выражения.

Таким образом, размывание не заменяет классическую охрану от смешения, а устраняет иной вид вреда. Blurring направлено против утраты уникальной связи между знаком и одним источником, tarnishment — против переноса на знак репутационно вредных ассоциаций. Международные документы формируют основу расширенной охраны, но наиболее детальная модель содержится в законодательстве США; нормы МФЦА подтверждают возможность её осторожной адаптации в правовой системе региона. Для Узбекистана оптимальным является не механическое заимствование иностранной конструкции, а включение в режим общеизвестных товарных знаков самостоятельного основания защиты, точных факторов оценки и сбалансированных исключений. Это повысит предсказуемость правоприменения и одновременно предотвратит необоснованное расширение исключительного права.

Adabiyotlar/Literatypa/References:

1. Schechter F.I. The Rational Basis of Trademark Protection // Harvard Law Review. 1927. Vol. 40. No. 6. P. 813–833.
2. Парижская конвенция по охране промышленной собственности от 20 марта 1883 г. Ст. 6bis.
3. Соглашение по торговым аспектам прав интеллектуальной собственности (ТРИПС) от 15 апреля 1994 г. Ст. 16–17.
4. Совместная рекомендация ВОИС о положениях в отношении охраны общеизвестных знаков, принятая Ассамблеей Парижского союза и Генеральной Ассамблеей ВОИС в сентябре 1999 г. Ст. 2–6.
5. Lanham Act, 15 U.S.C. § 1125(c): Dilution by blurring; dilution by tarnishment.
6. Trademark Dilution Revision Act of 2006, Pub. L. No. 109-312, 120 Stat. 1730.
7. L.L. Bean, Inc. v. Drake Publishers, Inc., 811 F.2d 26 (1st Cir. 1987).
8. AIFC Intellectual Property Regulations 2024, AIFC Regulations No. 54 of 2024. Sections 49, 53.
9. Закон Республики Узбекистан от 30 августа 2001 г. № 267-II «О товарных знаках, знаках обслуживания и наименованиях мест происхождения товаров» (действующая редакция). Ст. 32¹–32².
10. Правила подачи и рассмотрения апелляций в Апелляционном совете Министерства юстиции Республики Узбекистан и заявлений о признании товарных знаков общеизвестными в Республике Узбекистан, утв. приказом министра юстиции от 30 октября 2019 г. № 494-мх, рег. № 3190.

YANGI DAVR ILM-FANI: INSON UCHUN INNOVATSION G'OYA VA YECHIMLAR

XV RESPUBLIKA ILMIY-AMALIY KONFERENSIYASI MATERIALLARI
2026-yil, avgust

Mas'ul muharrir: *F.T.Isanova*
Texnik muharrir: *N.Bahodirova*
Diszayner: *I.Abdihakimov*

Yangi davr ilm-fani: inson uchun innovatsion g'oya va yechimlar.
XIV Respublika ilmiy-amaliy konferensiyasi materiallari to'plami.
2-jild, 15-son (13-avgust, 2026-yil). – 103 bet.

Mazkur nashr ommaviy axborot vositasi sifatida 2025-yil, 8-iyulda
C-5669862 son bilan rasman davlat ro'yaxatidan o'tkazilgan.

ISSN: 3093-8791 (onlayn)

Elektron nashr: <https://konferensiyalar.com>

Konferensiya tashkilotchisi: "Scienceproblems Team" MChJ

Konferensiya o'tkazilgan sana: 2026-yil, 10-avgust.

Barcha huquqlar himoyalangan.
© Science problems team, 2026-yil.
© Mualliflar jamoasi, 2026-yil.