



ISSN 2181-1342

Actual problems of social and humanitarian sciences
Актуальные проблемы социальных и гуманитарных наук

Ijtimoiy-gumanitar fanlarning dolzarb muammolari

1-son (6-jild)

2026

SCIENCEPROBLEMS.UZ

IJTIMOIY-GUMANITAR FANLARNING DOLZARB MUAMMOLARI

№ 1 (6) - 2026

**АКТУАЛЬНЫЕ ПРОБЛЕМЫ СОЦИАЛЬНО-
ГУМАНИТАРНЫХ НАУК**

ACTUAL PROBLEMS OF HUMANITIES AND SOCIAL SCIENCES

TOSHKENT-2026

BOSH MUHARRIR:

Isanova Feruza Tulqinovna

TAHRIR HAY'ATI:

07.00.00- TARIX FANLARI:

Yuldashev Anvar Ergashevich – tarix fanlari doktori, siyosiy fanlar nomzodi, professor;
 Mavlanov Uktam Maxmasabirovich – tarix fanlari doktori, professor;
 Xazratkulov Abror – tarix fanlari doktori, dotsent;
 Tursunov Ravshan Normuratovich – tarix fanlari doktori;
 Xolikulov Axmadjon Boymahamatovich – tarix fanlari doktori;
 Gabrielyan Sofya Ivanovna – tarix fanlari doktori, dotsent;
 Saidov Sarvar Atabullo o'g'li – katta ilmiy xodim, Imom Termiziylar xalqaro ilmiy-tadqiqot markazi, ilmiy tadqiqotlar bo'limi.

08.00.00- IQTISODIYOT FANLARI:

Karlibayeva Raya Xojabayevna – iqtisodiyot fanlari doktori, professor;
 Nasirxodjayeva Dilafruz Sabitxanovna – iqtisodiyot fanlari doktori, professor;
 Ostonokulov Azamat Abdukarimovich – iqtisodiyot fanlari doktori, professor;
 Arabov Nurali Uralovich – iqtisodiyot fanlari doktori, professor;
 Xudoyqulov Sadirdin Karimovich – iqtisodiyot fanlari doktori, dotsent;
 Azizov Sherzod O'ktamovich – iqtisodiyot fanlari doktori, dotsent;
 Xojayev Azizxon Saidaloxonovich – iqtisodiyot fanlari doktori, dotsent
 Xolov Aktam Xatamovich – iqtisodiyot fanlari bo'yicha falsafa doktori (PhD), dotsent;
 Shadiyeva Dildora Xamidovna – iqtisodiyot fanlari bo'yicha falsafa doktori (PhD), dotsent v.b.;
 Shakarov Qulmat Ashirovich – iqtisodiyot fanlari nomzodi, dotsent;,
 Jabborova Charos Aminovna - iqtisodiyot fanlari bo'yicha falsafa doktori (PhD).

09.00.00- FALSAFA FANLARI:

Hakimov Nazar Hakimovich – falsafa fanlari doktori, professor;
 Yaxshilikov Jo'raboy – falsafa fanlari doktori, professor;
 G'aybullayev Otobek Muhammadiyevich – falsafa fanlari doktori, professor;

Saidova Kamola Uskanbayevna – falsafa fanlari doktori;

Hoshimxonov Mo'min – falsafa fanlari doktori, dotsent;

O'roqova Oysuluv Jamoliddinovna – falsafa fanlari doktori, dotsent;

Nosirxodjayeva Gulnora Abdukaxxarovna – falsafa fanlari nomzodi, dotsent;

Turdiyev Bexruz Sobirovich – falsafa fanlari doktori (DSc), Professor.

10.00.00- FILOLOGIYA FANLARI:

Axmedov Oybek Saporbayevich – filologiya fanlari doktori, professor;
 Ko'chimov Shuxrat Norqizilovich – filologiya fanlari doktori, dotsent;
 Hasanov Shavkat Ahadovich – filologiya fanlari doktori, professor;
 Baxronova Dilrabo Keldiyorovna – filologiya fanlari doktori, professor;
 Mirsanov G'aybullo Qulmurodovich – filologiya fanlari doktori, professor;
 Salaxutdinova Musharrafa Isamutdinovna – filologiya fanlari nomzodi, dotsent;
 Kuchkarov Raxman Urmanovich – filologiya fanlari nomzodi, dotsent v/b;
 Yunusov Mansur Abdullayevich – filologiya fanlari nomzodi;
 Saidov Ulugbek Aripovich – filologiya fanlari nomzodi, dotsent;
 Qodirova Muqaddas Tog'ayevna - filologiya fanlari nomzodi, dotsent.

12.00.00- YURIDIK FANLAR:

Axmedshayeva Mavlyuda Axatovna – yuridik fanlar doktori, professor;

Muxitdinova Firyuza Abdurashidovna – yuridik fanlar doktori, professor;

Esanova Zamira Normurotovna – yuridik fanlar doktori, professor, O'zbekiston Respublikasida xizmat ko'rsatgan yurist;

Hamroqulov Bahodir Mamasharifovich – yuridik fanlar doktori, professor v.b.,;

Zulfiqorov Sherzod Xurramovich – yuridik fanlar doktori, professor;

Xayitov Xushvaqt Saparbayevich – yuridik fanlar doktori, professor;

Asadov Shavkat G'aybullayevich – yuridik fanlar doktori, dotsent;

Ergashev Ikrom Abdurasulovich – yuridik fanlari doktori, professor;

Utemuratov Maxmut Ajimuratovich – yuridik fanlar nomzodi, professor;

Saydullayev Shaxzod Alihanovich – yuridik fanlar nomzodi, professor;

Hakimov Komil Baxtiyarovich – yuridik fanlar doktori, dotsent;

Yusupov Sardorbek Baxodirovich – yuridik fanlar doktori, professor;

Amirov Zafar Aktamovich – yuridik fanlar doktori (PhD);

Jo'rayev Sherzod Yuldashevich – yuridik fanlar nomzodi, dotsent;

Babadjanov Atabek Davronbekovich – yuridik fanlar nomzodi, professor;

Normatov Bekzod Akrom o'g'li — yuridik fanlar bo'yicha falsafa doktori;

Rahmatov Elyor Jumaboyevich — yuridik fanlar nomzodi;

13.00.00- PEDAGOGIKA FANLARI:

Xashimova Dildarxon Urinboyevna – pedagogika fanlari doktori, professor;

Ibragimova Gulnora Xavazmatovna – pedagogika fanlari doktori, professor;

Zakirova Feruza Maxmudovna – pedagogika fanlari doktori;

Kayumova Nasiba Ashurovna – pedagogika fanlari doktori, professor;

Taylanova Shoxida Zayniyevna – pedagogika fanlari

doktori, dotsent;

Jumaniyozova Muhayyo Tojiyevna – pedagogika fanlari doktori, dotsent;

Ibraximov Sanjar Urunbayevich – pedagogika fanlari doktori;

Javliyeva Shaxnoza Baxodirovna – pedagogika fanlari bo'yicha falsafa doktori (PhD);

Bobomurotova Latofat Elmurodovna — pedagogika fanlari bo'yicha falsafa doktori (PhD).

19.00.00- PSIXOLOGIYA FANLARI:

Karimova Vasilisa Mamanosirovna – psixologiya fanlari doktori, professor, Nizomiy nomidagi Toshkent davlat pedagogika universiteti;

Hayitov Oybek Eshboyevich – Jismoniy tarbiya va sport bo'yicha mutaxassislarni qayta tayyorlash va malakasini oshirish instituti, psixologiya fanlari doktori, professor

Umarova Navbahor Shokirovna– psixologiya fanlari doktori, dotsent, Nizomiy nomidagi Toshkent davlat pedagogika universiteti, Amaliy psixologiyasi kafedrasi mudiri;

Atabayeva Nargis Batirovna – psixologiya fanlari doktori, dotsent;

Shamshetova Anjim Karamaddinovna – psixologiya fanlari doktori, dotsent;

Qodirov Obid Safarovich – psixologiya fanlari doktori (PhD).

22.00.00- SOTSILOGIYA FANLARI:

Latipova Nodira Muxtarjanovna – sotsiologiya fanlari doktori, professor, O'zbekiston milliy universiteti kafedra mudiri;

Seitov Azamat Po'latovich – sotsiologiya fanlari doktori, professor, O'zbekiston milliy universiteti;

Sodiqova Shohida Marxaboyevna – sotsiologiya fanlari doktori, professor, O'zbekiston xalqaro islom akademiyasi.

23.00.00- SIYOSIY FANLAR

Nazarov Nasriddin Ataqulovich -siyosiy fanlar doktori, falsafa fanlari doktori, professor, Toshkent arxitektura qurilish instituti;

Bo'tayev Usmonjon Xayrullayevich –siyosiy fanlar doktori, dotsent, O'zbekiston milliy universiteti kafedra mudiri.

OAK Ro'yxati

Mazkur jurnal Vazirlar Mahkamasi huzuridagi Oliy attestatsiya komissiyasi Rayosatining 2022-yil 30-noyabrdagi 327/5-son qarori bilan tarix, iqtisodiyot, falsafa, filologiya, yuridik va pedagogika fanlari bo'yicha ilmiy darajalar yuzasidan dissertatsiyalar asosiy natijalarini chop etish tavsiya etilgan ilmiy nashrlar ro'yxatiga kiritilgan.

"Ijtimoiy-gumanitar fanlarning dolzarb muammolari" elektron jurnali 2020-yil 6-avgust kuni 1368-sonli guvohnoma bilan davlat ro'yxatiga olingan.

Muassis: "SCIENCEPROBLEMS TEAM"
mas'uliyati cheklangan jamiyati

Tahririyat manzili:

100070. Toshkent shahri, Yakkasaroy tumani, Kichik Beshyog'och ko'chasi,
70/10-uy. Elektron manzil:

scienceproblems.uz@gmail.com

Bog'lanish uchun telefon:

(99) 602-09-84 (telegram).

07.00.00 – TARIX FANLARI

Yakubov Akmal

SOVET HOKIMIYATINING TURKISTONDA SOVET RESPUBLIKALARINI
BARPO ETISH BO'YICHA SIYOSATI 09-21

Canapbaev Бунёд Хуррамбек оғлы

МЕЖДУ ДИПЛОМАТИЕЙ И ИМПЕРСКОЙ СТРАТЕГИЕЙ:
ВЗАИМООТНОШЕНИЯ ХИВИНСКОГО ХАНСТВА И РОССИИ В ПЕРИОД ПРАВЛЕНИЯ
МУХАММАДА РАХИМХАНА I (1806–1825 гг.) 22-31

Gadoyev Dadaxon Xayrulloevich

DEGGARON MASJIDINING SOVET O'LKASHUNOSLARI TOMONIDAN O'RGANILISHI 32-47

Dadajonov Tursunboy Abdusamatovich

QO'QON XONLIGI DAVRIDA HARBIY KUCHLARNING QUROL-ASLAHALAR BILAN
TA'MINLANISHI VA MODDIY BAZASINING RIVOJLANISH JARAYONI 48-53

08.00.00 – IQTISODIYOT FANLARI

Umurzaqova Umida Nosirjanovna, Gafurjonov Jamshidbek Furkat o'g'li

SUV RESURSLARIDAN FOYDALANISHNI IQTISODIY-EKOLOGIK OPTIMALLASHTIRISH
IMKONIYATLARI BO'YICHA JAHON TAJRIBASI TAHLILI 54-58

09.00.00 – FALSAFA FANLARI

Yunusova Manzuraxon Pazliddinovna

O'ZBEKİSTONDA O'ZINI O'ZI BOSHQARISH ORGANLARINI FUQAROLIK
JAMIYATINING MUHIM INSTITUTI SIFATIDA ISLOH ETISH JARAYONI 59-68

Karimov Xurshid Abdumannabovich

AN'ANA VA AXLOQIY UNIVERSALIZM – FALSAFIY KOMPARATIVISTIKA
KONTEKSTIDA 69-74

Egamberdiyev Baxriddin Baxodir o'g'li

O'ZBEKİSTONDA MAHALLIY ODATLAR VA MAROSIMLARNING SHAKLLANISHI
VA ULARNING FALSAFIY-TARIXIY MOHIYATI 75-82

Norqulov Shahzod Shuhrat o'g'l

IJTIMOIY REKLAMA TUSHUNCHASI: MOHIYAT VA FUNKSIYALAR 83-87

Beshimov Xamidjon Sayidovich

FUQAROLIK JAMIYATI TARAQQIYOTIDA INSON QADRINI BELGILASH MEZONLARI
HAMDA ZAMONAVIY JAMIyatda INSON QADRINI TA'MINLASHDA KASABA
UYUSHMALARINING ROLI 88-96

Nishonov Sarvar Жасур угли

ФИЛОСОФСКИЙ АНАЛИЗ СМЫСЛООБРАЗУЮЩИХ КАТЕГОРИЙ СОЦИАЛЬНОЙ
ЖИЗНИ ЛИЧНОСТИ (НА ПРИМЕРЕ ПРОИЗВЕДЕНИЙ ХУСЕЙНА ВАИЗА КАШИФИ).. 97-105

12.00.00 – YURIDIK FANLAR

Uzakova Go'zal Sharipovna

SHAHRLARDA ATROF MUHIT MASALALARINI HAL ETISHDA JAMOATCHILIK
ISHTIROKINI TA'MINLASHNING HUQUQIY MASALALARI 106-112

Eshimbetov G'ulomjon Sultonbayevich

ICHKI ISHLAR ORGANLARINING KADRLAR BILAN ISHLASH XIZMATLARI
FAOLIYATINI BOSHQARISHNI TAKOMILLASHTIRISH ISTIQBOLLARI 113-122

Egamberdiyev Vohidjon Otabekovich

JAZONI IJRO ETISH MUASSASASIDAN OZOD ETILGAN SHAXSLARNI IJTIMOIY
REabilitatsiya QILISH VA MOSLASHTIRISH TUSHUNCHASI
HAMDA IJTIMOIY ZARURATI 123-132

Марданов Жасурбек Отабек углы

УГОЛОВНОЕ ПРАВОВЫЕ АСПЕКТЫ ВОВЛЕЧЕНИЯ НЕСОВЕРШЕННОЛЕТНЕГО В
АНТИСОЦИАЛЬНОЕ ПОВЕДЕНИЕ 133-138

Mamadjonov Temurali Barotjon o'g'li

FUQARONI BEDARAK YO'QOLGAN DEB TOPISH VA VAFOT ETGAN
DEB E'LON QILISHNING AYRIM MASALALARI 139-143

Jumumbetov Rasul Jengizbayevich

GEOGRAFIK KO'RSATKICHLARDAN FOYDALANISH HUQUQIY
TA'MINLASH MUAMMOLARI 144-150

Suyunov Bobir Bahodirovich,

RAQAMLI JAMIyatda TALON-TAROJLIK:
KIBER-XAVFLAR VA ULARNI OLDINI OLISH YO'LLARI 151-155

Kdirbaeva Altinay Maksetbaevna

ICHKI ISHLAR ORGANLARIDA XOTIN-QIZLAR XIZMAT O'TASH TARTIBINI
BELGILASHGA DOIR RIVOJLANGAN MAMLAKATLAR TAJRIBASINING ILMYI T AHLILI 156-163

Abduhoshimov Ismoil Abdug'ani o'g'li

KORRUPSION JINOYATLARNING O'ZIGA XOS T AHLILI 164-168

Хошимова Юлдузхон Олимжоновна

СОВРЕМЕННЫЕ ПРОБЛЕМЫ ПРИЗНАНИЯ ОБЩЕИЗВЕСТНЫХ
ТОВАРНЫХ ЗНАКОВ 169-175

Abdugaffarov Davronbek Dilshod ugли

ALIGNING UZBEKISTAN'S PRIVATE INTERNATIONAL LAW WITH WTO PRINCIPLES:
THE ROLE OF CHOICE OF LAW IN GATS IMPLEMENTATION 176-180

Aripov Abid Adilovich

O'ZBEKİSTONDA CHET EL FUQAROSI TUSHUNCHASI VA HUQUQIY MAQOMI 181-189

Tollibayeva Malika Ulmasjon qizi

ADVOKATNING IQTISODIY VA FUQAROLIK PROTSESSIDAGI ISHTIROKI:
XORIJY VA MILLIY QONUNCHILIK T AHLILI 190-197

Нормуродова Азиза Азимжон кизи

СЕКСУАЛЬНОЕ НАСИЛИЕ С ИСПОЛЬЗОВАНИЕМ ИЗОБРАЖЕНИЙ В РЕСПУБЛИКЕ
УЗБЕКИСТАН: ОЦЕНКА ДЕЙСТВУЮЩЕГО ЗАКОНОДАТЕЛЬСТВА И ПУТИ ЕГО
СОВЕРШЕНСТВОВАНИЯ 198-204

Abdullayeva Parvina Baxrilloyevna

RAQAMLI PLATFOMALAR BILAN BOG'LIQ TUSHUNCHALAR TALQINI 205-212

| | |
|--|---------|
| <i>Nurmatov Jasur</i> | |
| OLIY TA'LIM MUASSASALARI TALABALARI O'RTASIDA HUQUQBUZARLIKlar | |
| PROFILAKTIKASINING RETROSPEKTIV TAHLILI | 213-222 |
| <i>Шадиева Сайёра Арифовна</i> | |
| ОСОБЕННОСТИ РАССМОТРЕНИЯ ДЕЛ О ПРИМЕНЕНИИ МЕР ПРАВОВОГО | |
| ВОЗДЕЙСТВИЯ К СУБЪЕКТАМ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА | 223-233 |

13.00.00 – PEDAGOGIKA FANLARI

| | |
|--|---------|
| <i>Umarov Bahrom Norboyevich</i> | |
| DARSLIK MANTLARI VA KOMPETENSIYA PARADIGMASI: | |
| NISBAT MUNOSABAT VA O'ZARO BOG'LIKLIK ("ONA TILI DARSLIGI MISOLIDA")..... | 234-241 |
| <i>Qurbanova Barchinoy Mirzahamdamovna</i> | |
| TOPOGRAFIK KARTALARGA OID TUSHUNCHALAR, ENG MUHIM SHARTLI BELGILAR | |
| VA LANDSHAFT DIZAYNIDA ICHKI FAZOVIY MUHIT, HAJMIY SHAKL | |
| VA TEVARAK-ATROF | 242-246 |
| <i>Haqberdiyev Baxtiyor Rustamovich</i> | |
| QALAMTASVIRDA GEOMETRIK SHAKLLARDAN TASHKIL TOPGAN NATYURMORT | |
| HAMDA TEXNIK VA SAN'AT FANLARINI TURLI FANLAR BILAN INTEGRATIV | |
| HAMDA SINERGETIK O'QITISHNI NAZARIY YECHIMLARI | 247-251 |
| <i>Temple Chimanya Odimegwu</i> | |
| REVIEW ON FILLER EFFECT OF VARIOUS NONREACTIVE MATERIALS | |
| IN CONCRETE | 252-265 |
| <i>Arustamyan Yana Yuryevna, Toshpo'latov Omonulloxon Ulmas o'g'li</i> | |
| O'ZBEKİSTON XUSUSIY UNIVERSİTETLARIDA TA'LIMNI BOSHQARISHNING | |
| HOZIRGI HOLATI, STRATEGIK YECHIMLARI VA İSTIQBOLDAGI RIVOJLANISH | |
| SSENARIYLARI | 266-271 |
| <i>Berdiyorova Nilufar Berdiyor qizi</i> | |
| INNOVATSION YONDASHUVNING BO'LAJAK PEDAGOG VA TARBIYACHILARNING | |
| IJDODIY KOMPETENSIYASIGA TA'SIRI | 272-277 |
| <i>Otamuratov Maqsudbek Shonazarovich</i> | |
| O'ZBEKİSTON OLIY TA'LIMIDA KREDIT-MODUL TİZİMİNING PEDAGOGİK | |
| ASOSLARI VA UNING TA'LIM JARAYONIGA TA'SIRI | 278-283 |
| <i>Kurbanova Shoxsanam</i> | |
| TASVIRIY SAN'AT FANLARINI O'QITISHDA O'QUVCHILAR O'QUV-IJDODIY | |
| FAOLIYATINI INTEGRATIV RIVOJLANTIRISH METODIKASI..... | 284-289 |
| <i>Toxirov Shaxzod Toxirovich</i> | |
| IJTIMOY INTELLEKTNING TARKIBIY QISMLARI VA UNING PEDAGOGİK | |
| FAOLIYATDA TUTGAN O'RNI..... | 290-294 |
| <i>Raximdjanova Malikaxon Gapurdjanovna, Baybabayeva Shoiraxon Ismatovna</i> | |
| GLOBAL KONTEKSTLARDA MADANIYATLARARO KOMPETENSIYA | |
| UCHUN TANQIDIY FIKRLASH | 295-300 |

Received: 16 December 2025

Accepted: 1 January 2026

Published: 15 January 2026

Article / Original Paper

MODERN PROBLEMS OF RECOGNITION OF WELL-KNOWN TRADEMARKS

Khoshimova Yulduzkhon Olimjonovna

PhD student Tashkent State University of Law

E-mail: yulduzkhon.khoshimova@mail.ru

Abstract. The article examines current issues in the legal protection of well-known trademarks. It analyses international and national legal frameworks, enforcement practices, and evidentiary challenges related to establishing trademark reputation, including the use of digital evidence. Proposals aimed at improving legal enforcement mechanisms are formulated.

Keywords: trademark, well-known trademark, intellectual property, legal protection, law enforcement practice.

СОВРЕМЕННЫЕ ПРОБЛЕМЫ ПРИЗНАНИЯ ОБЩЕИЗВЕСТНЫХ ТОВАРНЫХ ЗНАКОВ

Хошимова Юлдузхон Олимжоновна

Базовый докторант Ташкентского государственного юридического университета

Аннотация. В статье исследуются современные проблемы правовой охраны общеизвестных товарных знаков. Анализируются международные и национальные правовые нормы, практика их применения, а также особенности доказывания общеизвестности, включая использование цифровых доказательств. Формулируются предложения по совершенствованию правоприменительной практики.

Ключевые слова: товарный знак, общеизвестный товарный знак, интеллектуальная собственность, правовая охрана, правоприменительная практика.

DOI: <https://doi.org/10.47390/SPR1342V6I1Y2026N21>

Введение. В условиях развития рыночной экономики и усиления конкурентной среды товарные знаки выполняют не только функцию индивидуализации товаров и услуг, но и приобретают значительную экономическую и репутационную ценность. Особое место среди средств индивидуализации занимают общеизвестные товарные знаки, правовая охрана которых направлена на сохранение сформированной деловой репутации и предотвращение недобросовестного использования известности обозначения третьими лицами.

Институт общеизвестных товарных знаков получил международное признание в рамках Парижской конвенции по охране промышленной собственности и Соглашения по торговым аспектам прав интеллектуальной собственности (ТРИПС). Вместе с тем его практическая реализация на национальном уровне продолжает сопровождаться существенными трудностями. К числу ключевых проблем относятся отсутствие унифицированных критериев признания общеизвестности, неоднозначность подходов

к оценке доказательств, а также влияние цифровой среды, в которой формируется и распространяется известность брендов.

В правоприменительной практике указанные проблемы приобретают системный характер, поскольку процедура признания товарного знака общеизвестным нередко связана с чрезмерно продолжительными административными и судебными разбирательствами, противоречивым толкованием норм права и отсутствием устойчивых правовых ориентиров. Это, в свою очередь, снижает уровень правовой определённости, затрудняет эффективную защиту прав правообладателей и негативно отражается на стабильности гражданского оборота.

Целью настоящего исследования является выявление современных проблем признания общеизвестных товарных знаков, анализ подходов к их правовой оценке, а также формулирование предложений по совершенствованию правоприменительной практики. Для достижения поставленной цели в статье анализируются международные правовые стандарты, доктринальные подходы и отдельные примеры правоприменительной практики.

Анализ литературы и методология. Проблематика правовой охраны общеизвестных товарных знаков получила отражение как в международных правовых актах, так и в научных исследованиях, посвящённых вопросам интеллектуальной собственности. Основу правового регулирования данного института составляют положения статьи 6bis Парижской конвенции по охране промышленной собственности, предусматривающие обязанность государств-участников обеспечивать охрану общеизвестных товарных знаков независимо от их регистрации [1].

Дополнительные разъяснения содержатся в статье 16 Соглашения ТРИПС, где подчёркивается значение знания товарного знака среди соответствующих кругов потребителей, сформированного, в том числе, в результате его продвижения [2].

В научной литературе особое внимание уделяется как теоретическим аспектам правовой природы общеизвестных товарных знаков, так и практическим проблемам их признания. Ряд авторов указывает на отсутствие универсальных критериев общеизвестности и зависимость принимаемых решений от оценки совокупности доказательств [3; 59–62]. Существенный интерес представляет анализ административной и судебной практики, демонстрирующий неоднородность подходов к установлению связи между обозначением и источником происхождения товаров.

Методологическую основу исследования составляют общенаучные и специальные методы познания, включая анализ и синтез, формально-юридический, сравнительно-правовой и системный методы, применение которых позволяет выявить ключевые проблемы признания общеизвестных товарных знаков и сформулировать аргументированные выводы.

Основное исследование. Определение товарного знака общеизвестным указано в статье 32¹ Закона Республики Узбекистан «О товарных знаках, знаках обслуживания и наименованиях мест происхождения товаров» «По заявлению юридического или физического лица общеизвестным в Республике Узбекистан товарным знаком может быть признан товарный знак, охраняемый на территории Республики Узбекистан на основании его регистрации, товарный знак, охраняемый на территории Республики Узбекистан без регистрации в соответствии с международным договором Республики

Узбекистан, а также обозначение, используемое в качестве товарного знака, но не имеющее правовой охраны на территории Республики Узбекистан, если такие товарные знаки или обозначение в результате их интенсивного использования стали на указанную в заявлении дату в Республике Узбекистан широко известны среди соответствующих потребителей в отношении товаров этого лица» [4].

В том числе, правовая охрана общеизвестного товарного знака закреплена в статье 32² Закона Республики Узбекистан «О товарных знаках, знаках обслуживания и наименованиях мест происхождения товаров», согласно которому «правовая охрана общеизвестному товарному знаку предоставляется в установленном законодательством порядке на основании решения Апелляционного совета. Товарный знак, признанный общеизвестным, вносится Министерством в Перечень общеизвестных товарных знаков. Сведения, относящиеся к общеизвестному товарному знаку, публикуются в официальном бюллетене Министерства, размещаемом также на его официальном веб-сайте после их внесения в Перечень общеизвестных товарных знаков. Выдача свидетельства на общеизвестный товарный знак осуществляется в электронной форме, подтверждаемой Министерством QR-кодом (матричным штрих-кодом) по дате внесения товарного знака в Перечень общеизвестных товарных знаков. Форма свидетельства и состав указываемых в нем сведений устанавливаются Министерством. Правовая охрана общеизвестного товарного знака действует бессрочно» [4]. Таким образом, в соответствии с Законом Республики Узбекистан «О товарных знаках, знаках обслуживания и наименованиях мест происхождения товаров» ключевыми критериями общеизвестности знака выступают его широкая известность и интенсивное использование. В то же время помимо этих характеристик для признания знака общеизвестным необходимы и другие существенные условия.

Такое же подтверждение указано в Постановлении Пленума Верховного суда Республики Узбекистан «О некоторых вопросах рассмотрения дел, связанных с интеллектуальной собственностью», что правовая охрана общеизвестного товарного знака (знака обслуживания) возникает на основании решения Апелляционного совета уполномоченного государственного органа, принятого в соответствии с законодательством [5].

Статья 32¹ Закона Республики Узбекистан «О товарных знаках, знаках обслуживания и наименованиях мест происхождения товаров» [4], основанный на ст. 6 bis (1) Парижской конвенции по охране промышленной собственности [1], позволяет признавать обозначение общеизвестным товарным знаком, если это обозначение в результате интенсивного использования стало на указанную в заявлении дату широко известным в Республике Узбекистан среди соответствующих потребителей в отношении товаров заявителя.

Согласно выше упомянутому, в Законе Республики Узбекистан «О товарных знаках, знаках обслуживания и наименованиях мест происхождения товаров», описано лишь два условия общеизвестности знака: интенсивность и известность. Значительные трудности вызывает определение круга «соответствующих потребителей», среди которых товарный знак должен быть широко известен. В зависимости от характера товаров и услуг, их назначения и сегмента рынка данный круг может существенно варьироваться, однако на практике данный фактор не всегда получает надлежащую

оценку. В результате известность обозначения среди профессиональной или нишевой аудитории нередко игнорируется, что снижает эффективность правовой охраны общеизвестных товарных знаков. Согласно пункту 7 Правил подачи и рассмотрения апелляций и заявлений о признании общеизвестных товарных знаков в Республике Узбекистан в Апелляционный совет Министерства юстиции Республики Узбекистан от 30 октября 2019 г. №3190 [6], установлены следующие критерии признания товарного знака и знака обслуживания общеизвестным для подтверждения интенсивности использования товарного знака в качестве таких материалов могут быть представлены документы, содержащие сведения такие, как:

- об интенсивном использовании товарного знака на территории Республики Узбекистан;
- о перечне населенных пунктов, где производилась реализация товаров, в отношении которых осуществлялось использование товарного знака;
- об объеме реализации этих товаров;
- о способе использования товарного знака, включая рекламу и презентацию на ярмарках или выставках продуктов и/или услуг, для которых применяется знак;
- о среднегодовом количестве потребителей товара;
- о странах, в которых товарный знак приобрел широкую известность;
- о результатах опроса потребителей товаров, проведенного специализированной независимой организацией с учетом рекомендаций, устанавливаемых Министерством [6].

В том числе исходя из вышеприведенного перечня, последние два критерия свидетельствуют широкую известность среди потребителей такие, как результаты социологического опроса потребителей по вопросу общеизвестности товарного знака и данные, свидетельствующие о широкой известности товарного знака в других странах, на которые заявитель вправе ссылаться и которые перечислены в Правилах подачи и рассмотрения апелляций и заявлений о признании общеизвестных товарных знаков.

Довольно часто в правоприменительной практике возникают дискуссии и противоречия, в основе которых лежат данные признаки, а также различные подходы к их трактовке и обязательности наличия тех или иных сведений [7].

В правоприменительной практике указанные проблемы приобретают системный характер, поскольку признание товарного знака общеизвестным нередко сопровождается чрезмерно затянутыми административными и судебными процедурами, противоречивым толкованием норм права и отсутствием устойчивых правовых ориентиров, что существенно снижает уровень правовой определённости, затрудняет эффективную защиту прав правообладателей и негативно сказывается на стабильности гражданского оборота. Например, при изучении опыта Российской Федерации касательно признания товарного знака общеизвестным имеется рекомендация (ред. от 02.04.2004) "Об утверждении Рекомендаций по проведению опроса потребителей по вопросу общеизвестности товарного знака в Российской Федерации" [8], в котором конкретно приведены рекомендации по проведению опроса, согласно которому социологический опрос об общеизвестности товарного знака проводится организацией, специализирующейся в области проведения социологических исследований. Опросом желательно охватить не менее шести

населенных пунктов Российской Федерации. При этом предпочтительным является опрос в городах: Москва, Санкт-Петербург. Остальные населенные пункты определяются лицом, считающим свой товарный знак общеизвестным, исходя из характера его деятельности по производству товаров и/или оказанию услуг. Количество опрошенных должно отвечать целям объективности проводимого опроса. В связи с этим их максимальное количество не ограничивается, а минимальное, как правило, не должно быть менее 500 в каких-либо двух населенных пунктах и менее 125 в каждом другом населенном пункте. В процессе опроса как специалистов, так и покупателей желательно получить ответы на следующие вопросы:

- известен ли им данный товарный знак;
- какое именно лицо, по их мнению, является правообладателем данного товарного знака или изготовителем товаров, обозначенных этим товарным знаком;
- с какого времени им известен данный товарный знак;
- что для них является источником информации о данном товарном знаке.

Наличие Приказа Роспатента рекомендаций по проведению опроса среди потребителей по вопросу общеизвестности товарного знака намного облегчает работу заявителей по применению данной процедуры.

Вместе с тем следует учитывать, что современная цифровая среда существенно трансформировала механизмы формирования известности товарных знаков. Активное присутствие брендов в сети Интернет, социальных сетях и на электронных торговых платформах приводит к тому, что общеизвестность обозначения нередко формируется преимущественно в онлайн-пространстве. Однако правоприменительная практика пока не выработала единых подходов к оценке цифровых доказательств, что снижает их доказательственную значимость и порождает дополнительные правовые споры. Например, с точки зрения немецких судов и как раскрыто в научных трудах, «в общем случае известность знака может быть установлена только через опросы населения, хотя при анализе такие показатели как географический масштаб и распространенность использования, интенсивность рекламы, степень репутации знака, могут также приниматься во внимание. Если подобные критерии приводят к заключению, что необходимая степень признания присутствует, то необходимость в проведении опроса отпадает. Таким образом, статус общеизвестности знака устанавливается судами в каждом конкретном случае» [9; 10 - 101].

Современная практика признания товарных знаков общеизвестными характеризуется рядом устойчивых проблем, обусловленных как особенностями нормативного регулирования, так и сложностями доказывания фактической известности обозначения. Одной из ключевых проблем является отсутствие чётко закреплённого перечня критериев, позволяющих однозначно установить момент и степень общеизвестности товарного знака. В большинстве случаев решение принимается на основе совокупной оценки доказательств, что неизбежно усиливает элемент усмотрения правоприменительных органов. В том числе, отсутствие единых методических ориентиров и адаптации правовых механизмов к условиям цифровой экономики продолжает оставаться одной из центральных проблем признания общеизвестных товарных знаков.

Заключение. Таким образом, в отсутствие детального подзаконного регулирования отдельных аспектов признания обозначений общеизвестными товарными знаками на практике будут и далее встречаться расхождения в трактовке законодательных норм [11]. В условиях отсутствия чётко структурированных подзаконных механизмов процедура признания общеизвестности нередко приобретает затяжной характер, что осложняет положение заявителей и создаёт неопределённость в части объёма необходимых действий и доказательственных материалов.

Результаты проведённого исследования позволяют сформулировать ряд выводов, имеющих значение для осмыслиения современных проблем функционирования института общеизвестных товарных знаков.

Прежде всего установлено, что совокупность международных и национальных источников права формирует лишь общий нормативный контур правовой охраны общеизвестных товарных знаков, не обеспечивая достаточной детализации критериев их признания. Вследствие этого правоприменительные органы наделяются значительной степенью усмотрения, что объективно обуславливает вариативность принимаемых решений и снижает уровень правовой определённости для правообладателей.

Кроме того, выявлена несформированность согласованной методологии оценки доказательств общеизвестности. Используемые на практике доказательства — результаты социологических исследований, сведения о рекламной активности, данные об объёмах реализации продукции и степени присутствия обозначения в цифровом пространстве — анализируются фрагментарно и не всегда в их совокупности. Подобный подход затрудняет всестороннюю оценку фактической известности товарного знака среди соответствующих групп потребителей.

Отдельного внимания заслуживает проблема формализованного установления связи между обозначением и источником происхождения товаров. Как показал анализ, буквальное следование данному критерию способно препятствовать признанию товарного знака общеизвестным даже при наличии устойчивой известности среди потребителей, особенно в случаях, когда заявитель осуществляет деятельность в рамках корпоративных групп либо сложных хозяйственных структур и не располагает полным набором документов, предусмотренных подзаконными актами.

Наряду с этим установлено, что цифровые источники доказательственной информации, играющие всё более значимую роль в формировании известности товарных знаков, на сегодняшний день не интегрированы в устойчивую нормативно-методическую модель оценки. Отсутствие единых подходов к использованию данных, получаемых из сети Интернет, социальных сетей и электронных торговых платформ, ограничивает их доказательственную значимость и способствует возникновению дополнительных правовых споров.

В совокупности полученные результаты позволяют сделать вывод о том, что институт общеизвестных товарных знаков сохраняет ключевое значение в системе правовой охраны средств индивидуализации, однако его практическая реализация в современных условиях требует дальнейшего нормативного и методического развития. В частности, обоснованной представляется необходимость формирования согласованных методических подходов к оценке доказательств общеизвестности,

включая цифровые данные, а также внедрения более гибкого и экономически обоснованного анализа восприятия обозначения соответствующей аудиторией. Реализация указанных мер позволит повысить уровень правовой определённости и обеспечить адаптацию института общеизвестных товарных знаков к актуальным экономическим и цифровым процессам.

Литература/References/Adabiyotlar:

1. Парижская конвенция по охране промышленной собственности от 20 марта 1883 г. Парижская конвенция по охране промышленной собственности от 20 марта 1883 г. // Электронный фонд правовых и нормативно-технических документов. [Электронный ресурс] URL.: <https://docs.cntd.ru/document/1900359> (дата обращения: 10.04.2023).
2. Соглашение по торговым аспектам прав интеллектуальной собственности (ТРИПС) от 15 апреля 1994 г. Соглашение по торговым аспектам прав интеллектуальной собственности 1994 г. [Электронный ресурс] URL.: https://wipolex-res.wipo.int/edocs/lexdocs/treaties/ru/wto01/trt_wto01_001ru.pdf (дата обращения: 10.04.2023).
3. Батыков И.В. Правовые основы определения пороговых значений для уровня известности общеизвестного товарного знака // Пробелы в российском законодательстве. – 2019. – № 2. – С. 59–62.
4. Закон Республики Узбекистан, от 30.08.2001 г. № 267-II «О товарных знаках, знаках обслуживания и наименованиях мест происхождения товаров».
5. Постановления Пленума Верховного суда Республики Узбекистан от 23 июня 2023 г. № 19 «О некоторых вопросах рассмотрения дел, связанных с интеллектуальной собственностью»
6. Правила подачи и рассмотрения апелляций и заявлений о признании общеизвестных товарных знаков в Республике Узбекистан в Апелляционный совет Министерства юстиции Республики Узбекистан от 30 октября 2019 г. №3190
7. Зайцева Е.А. Правовая охрана общеизвестных товарных знаков: Автореферат дис. канд. юрид. наук. 12.00.03. – М., 1998. 23 с.
8. Приказ Роспатента от 01.06.2001 № 74 (ред. от 02.04.2004) «Об утверждении Рекомендаций по проведению опроса потребителей по вопросу общеизвестности товарного знака в Российской Федерации».
9. Mostert F. Famous and Well-Known Marks. An International Analysis. - London, Butterworths, 1997.
10. Зайцева Е.А. Правовая охрана общеизвестных товарных знаков. Диссертация канд. юрид. наук. 12.00.03. – М., 1998. 101 с.
11. Величко В.Е. Правовой режим общеизвестных товарных знаков: особенности предоставления охраны, основания прекращения и защита от нарушений / Интеллектуальные права: вызовы XXI века: материалы Международной конференции (14–16 ноября 2019 г.) / под ред. Э.П. Гаврилова, С.В. Бутенко. – Томск: Издательский дом Томск, 2019. 188 с.

SCIENCEPROBLEMS.UZ

IJTIMOIY-GUMANITAR FANLARNING DOLZARB MUAMMOLARI

Nº 1 (6) – 2026

**АКТУАЛЬНЫЕ ПРОБЛЕМЫ СОЦИАЛЬНО-
ГУМАНИТАРНЫХ НАУК**

ACTUAL PROBLEMS OF HUMANITIES AND SOCIAL SCIENCES

**“Ijtimoiy-gumanitar fanlarning dolzarb
muammolari” elektron jurnali 2020-yil
6-avgust kuni 1368-sonli guvohnoma bilan
davlat ro’yxatiga olingan.**

Muassis: “SCIENCEPROBLEMS TEAM”
mas’uliyati cheklangan jamiyati

Tahririyat manzili:
100070. Toshkent shahri, Yakkasaroy
tumani, Kichik Beshyog’och ko’chasi,
70/10-uy. Elektron manzil:
scienceproblems.uz@gmail.com
Bog’lanish uchun telefon:
(99) 602-09-84 (telegram).