

М.А. Лаппо  
Новосибирск

**Методы психолингвистического исследования  
в разрешении вопроса о сходности товарных знаков до  
степени смешения**

Психолингвистика – прикладная дисциплина, и её ценность заключается в возможности применения теоретических построений в практической деятельности. В последнее время, в ходе развития рыночных отношений в России, остро встал вопрос об авторских правах, о смешении товарных знаков, фирменных наименований в сознании потребителей. В основе настоящей статьи лежат результаты лингвистического и психолингвистического ответа на вопрос: *«Являются ли сходными до степени смешения фирменное наименование «Доктор Лор» и фирменное наименование «Ваш Доктор Лор»*, который поставил суд перед специалистами-филологами.

В Законе РФ «О товарных знаках, знаках обслуживания и наименованиях мест происхождения товаров» дается определение понятия **«сходный до степени смешения»**: обозначение считается сходным до степени смешения с другим обозначением, если оно ассоциируется с ним в целом, несмотря на их отдельные отличия.

В лингвистической части исследования нами доказывается, что в словосочетаниях «Доктор Лор» и «Ваш Доктор Лор» имеется смысловое сходство, в психолингвистической части доказывается, что эти выражения сходны до степени смешения. Методы исследования: дефиниционный анализ, метод цепочечного ассоциативного эксперимента, лингвостилистический анализ текста, интерпретационный анализ.

**ЛИНГВИСТИЧЕСКАЯ ЧАСТЬ**

Толковые словари русского языка дают следующие определения словам «ваш», «доктор»:

**ВАШ**, -его, *м.*; *ж.* ваша, -ей; *ср.* ваше, -его; *мн.* ваши, -их, *мест. притяж.* Принадлежащий вам, имеющий отношение к вам.

**ДОКТОР**, -а, *мн.* -а, -ов, *м.* **1.** То же, что врач. (ТСОШ)

Слово «лор» толковые словари русского языка не фиксируют. На сайте [www.medtexst.ru](http://www.medtexst.ru) читаем: «Отоларингология – это область медицины, которая специализируется на диагностике и лечении уха, горла, носа, а также патологий головы и шеи. Практикующие врачи по данной специальности называются отоларингологами. Часто используется сокращение ЛОР (от слова «ларингооторинолог»). Термин происходит от греческого слова *ωτολαρυγγολογία* (ото = ухо в родительном падеже, ларинго = гортань/горло в родительном падеже, логия = наука), и дословно означает науку об ухе и горле. Полный вариант термина – *ωτορρινολαρυγγολογία*» [[http://www.medtexst.ru/shop.html?page=shop.browse&category\\_id=37](http://www.medtexst.ru/shop.html?page=shop.browse&category_id=37)].

Названия «Доктор Лор» и «Ваш Доктор Лор» имеют метонимический характер употребления: так называется кабинет, где принимает лор, то есть оториноларинголог.

Слово «*ваш*» в словосочетании-названии «*Ваш Доктор Лор*» – по сравнению со словосочетанием-названием «*Доктор Лор*» – не является ключевым в понимании этого выражения, практически не меняет смысла, не привносит существенных семантических нюансов: потенциальный клиент, потребитель услуг медицинского центра воспринимает название «*Доктор Лор*» эгоцентрично, то есть если бы он стал пациентом клиники, то доктор (доктора) этой клиники перешли в разряд *его* доктора (докторов). Существенными смыслообразительными компонентами в названии являются слова «доктор» (а не *юрист*, *няня* и т.д.) и «лор» (а не *стоматолог*, *терапевт*, *эндокринолог* и т.д.).

#### ПСИХОЛИНГВИСТИЧЕСКАЯ ЧАСТЬ

Результаты психолингвистических экспериментов подтверждают и уточняют лингвистический анализ названий «*Доктор Лор*» и «*Ваш Доктор Лор*», а именно их семанти-

ческое сходство. Кроме этого, они доказывают возможность их смешения в сознании носителей языка. Смешение двух вербальных объектов – это *неразличение* их в определенных речевых, коммуникативных обстоятельствах (прерываемый поток речи, поток информации в виде отдельных связных в той или иной степени текстов, фрагментов). Ср. ситуацию предъявления двух похожих элементов и задание найти их различия – это совершенно другие условия анализа объектов; в реальной речевой коммуникации обычно таких предложений не поступает, носитель языка самостоятельно пытается декодировать поступающую информацию, ему приходится выбирать из потока речи информацию, которая интересна, важна для него. Именно поэтому на втором и третьем этапах исследования испытуемым предлагалось прочитать текст и выполнить ряд заданий.

На **первом этапе** психолингвистического исследования был использован метод ассоциативного эксперимента, целью которого является изучение ассоциативного значения слова (в данном случае – словосочетаний). Ассоциативное значение слова – это «специфическая внутренняя структура, глубинная модель связей и отношений, которая складывается у человека через речь и мышление, лежит в основе «когнитивной организации» его многостороннего опыта и может быть обнаружена через анализ ассоциативных связей слова» [Залевская 2000: 105].

В эксперименте приняли участие 44 человека (студенты 1–2 курса специальности «Специальная психология» и «Педагогика». «Возрастной состав испытуемых имеет определенный смысл. Дело в том, что к указанному возрасту (17–25 лет) становление языковой личности в основном завершается, и, значит, в ассоциациях находит отражение сформировавшаяся языковая способность участника эксперимента. Содержательное наполнение (т.е. словарный запас, иерархия ценностных категорий, прагматические установки) языковой способности у большинства людей остаются относительно

стабильными на протяжении жизни» [Русский ассоциативный словарь 2002: 753].

22 человека из них получили инструкцию «Напишите 10 слов-ассоциаций (слова, которые первыми приходят Вам в голову) на следующее сочетание слов: *Доктор Лор*».

Другие 22 человека получили инструкцию «Напишите 10 слов-ассоциаций (слова, которые первыми приходят Вам в голову) на следующее сочетание слов: *Ваш Доктор Лор*».

Представим результаты эксперимента в порядке убывания слов-ассоциаций (из списка были исключены непонятно написанные слова, слова, абсолютно не относящиеся к теме исследования, кроме этого, были исправлены орфографические ошибки), а также список частотных и совпадающих реакций.

*Доктор Лор* – больница 15, горло 15, нос 12, ухо 11, врач 9, болезнь 6, насморк 5, очередь 5, халат 5, кабинет 4, лекарство(а) 4, процедуры(а) 4, лечение 3, мужчина 3, пациент 3, таблетки 3, уши 3, фонарик 3, язык 3, ангина 2, белый халат 2, боль 2, больничный (лист) 2, больной(-ые) 2, градусник 2, инструменты 2, направление 2, осмотр 2, оториноларинголог 2, поликлиника 2, прогревание 2, рецепт 2, страх 2, анатомия 1, белое 1, белый костюм 1, борная кислота 1, вата 1, лечебный кабинет 1, выписка из больницы 1, гайморит 1, диагноз 1, диагностика 1, доктор 1, доктор MOM 1, Доктор Хаус 1, жалоба 1, заложенность 1, запах лекарств 1, здоровье 1, зеркало 1, зеркало маленькое 1, знающий 1, кабинет врача 1, клиника 1, кресло в кабинете врача 1, кресло для осмотра 1, кушетка 1, лампа 1, лечащий 1, ложка 1, медицинская карта 1, медицинский халат 1, медицинский полис 1, мед. карточка 1, мед. колпак 1, медосмотр 1, медицина 1, медицинский осмотр 1, медикаменты 1, медпункт 1, металлический прибор 1, мороженое 1, направленная лампа 1, непонятный почерк 1, носорасширитель 1, обследование 1, операция 1, отит 1, открытый рот 1, очки 1, палата 1, плохо слышать 1, помогающий 1, помощь 1, понимающий 1, препараты 1, проблема 1, промывание 1, простуда 1, профессиональный 1, процедурный ка-

бинет 1, рот 1, скажите «А» 1, табличка на двери кабинета 1, температура 1, тонзиллит 1, утро 1, ушные мази 1, фамилия доктора 1, фонендоскоп 1, хлорка 1, человек в белом халате 1, школа 1, шприц 1, яркий свет 1.

**Ваш Доктор Лор** – нос 15, больница 14, ухо 13, врач 12, горло 12, кабинет 7, очередь 6, болезнь 5, аптека 4, белый халат 4, больной(ые) 4, женщина 4, лекарство(а) 4, лечение 4, заболевание 3, здоровье 3, насморк 3, клиника 2, личный 2, личный врач 2, ринит 2, санаторий 2, справка 2, халат 2, уши 2, аденоиды 1, ангина 1, антибиотики 1, белый 1, белый налет 1, боюсь 1, быть здоровым 1, взрослый 1, воспаление уха 1, вывеска 1, вырезать гланды 1, гланды 1, глотать 1, гной 1, добрый 1, доктор Айболит 1, донор 1, злая 1, игрушка 1, имя 1, инструменты 1, кабинет врача 1, квалифицированный 1, клиент 1, кровь 1, лаборатория 1, лечащий 1, лечиться 1, линза 1, мазь 1, машина 1, медсестра 1, мой 1, мороженое 1, назначение 1, научная работа 1, наш 1, «недоучка» 1, не пойду 1, откройте рот 1, осмотр 1, оториноларинголог 1, пансионат 1, пациент 1, пипетка 1, поликлиника 1, прием 1, прием у врача 1, прикосновение 1, промывать горло 1, профессиональный 1, профилакторий 1, рентген 1, синусит 1, специалист 1, специальность 1, старики 1, стекло 1, страх 1, таблетки 1, табличка на двери кабинета 1, температура 1, тонзиллит 1, кабинета 1, ужас 1, улыбка 1, учебное заведение 1, форма 1, халат медицинский 1, язык 1.

<i>Частотные реакции</i>	<i>Доктор Лор</i>	<i>Ваш Доктор Лор</i>
больница	15	14
горло	15	12
нос	12	15
ухо	11	13
врач	9	12
халат (вместе с «белый халат»)	7	6
болезнь	6	5
насморк	5	3

очередь	5	6
кабинет	4	7

*Список общих реакций (для 1 и 2 групп испытуемых): ангина, белый халат, болезнь, больница, больной(ые), врач, горло, здоровье, инструменты, кабинет, кабинет врача, клиника, лекарство(а), лечащий, лечение, мороженое, насморк, нос, оториноларинголог, осмотр, очередь, пациент, поликлиника, профессиональный, страх, таблетки, табличка на двери кабинета, температура, тонзиллит, ухо, халат, язык.*

Таким образом, носители языка не видят принципиальных различий в словах-стимулах, все частотные реакции одинаковы, связаны с понятиями «врач» (синоним слова *доктор*) и «ухо», «горло», «нос» (объект болезни и лечения), что и составляет семантическую основу словосочетаний «Доктор Лор» и «Ваш Доктор Лор». Испытуемые также легко прочитывают функциональное назначение этих словосочетаний: они являются названиями лечебных учреждений, поэтому появляются такие реакции, как *кабинет, больница, табличка*. Кроме этого, большая часть ассоциаций связана с понятием медицины в общем, независимы от вида заболевания (кабинет, больница, халат, очередь, пациент, болезнь, больной, врач и т.д.). Наблюдается большое количество общих ассоциаций на словосочетание «Доктор Лор» и на словосочетание «Ваш Доктор Лор» – их более 30. Единичные реакции относятся только к слову ВАШ: *личный 2, личный врач 2, мой 1, наш 1*. Их процент от общего количества реакций 2-й группы испытуемых (220 ассоциаций) – **2,7%**, что указывает на незначительные отличия в понимании словосочетания «Ваш Доктор Лор» носителями языка. Другими словами, степень смешения словосочетаний «Доктор Лор» и «Ваш Доктор Лор», по результатам ассоциативного эксперимента – **97,3%**.

На **втором этапе** психолингвистического эксперимента испытуемым (студенты-заочники специальности «Специальная психология», возраст – от 22 до 45 лет, 20 человек) был

предложен искусственный текст для анализа. Отметим, что данная категория студентов относится к носителям языка со средним уровнем его владения. Они не являются филологами, в то же время некоторые из них получают второе высшее образование, почти все имеют среднее специальное образование, они относятся к разным возрастным категориям. Приведем текст и задания к нему целиком:

***Прочитайте текст***

Медицинский центр «Доктор ЛОР» оказывает амбулаторную помощь при заболеваниях уха, горла и носа с полным спектром услуг и использованием эффективных современных технологий и оборудования: тонзиллор, озон-ультразвуковая терапия и лазеротерапия. Приём в клинике «Доктор ЛОР» проводят высококлассные специалисты, кандидаты медицинских наук и врачи высшей категории. Медицинский центр «Доктор ЛОР» имеет целую сеть кабинетов в Новосибирске, как на правом, так и на левом берегу Оби. Лечебные центры сети кабинетов «Доктор ЛОР» удобно расположены вблизи станций Новосибирского метро. Записаться на приём в любой кабинет сети «Доктор ЛОР» можно по телефону единой справочной, а на лечение прийти в наиболее удобно расположенный медицинский центр.

Сеть кабинетов «Доктор ЛОР» включает в себя четыре кабинета по оказанию специализированной амбулаторной помощи в области отоларингологии с полным спектром услуг. Сеть постоянно и планомерно расширяется для того, чтобы приблизить недорогие высококачественные медицинские услуги к населению. Цены на услуги на 20-50 % ниже, чем в аналогичных медицинских центрах и ориентированы на население, работающее в бюджетной сфере. Предусмотрена обширная система скидок. При этом качество и эффективность медицинской помощи в сочетании с инновационными методиками отмечаются экспертами как высокие. К привлекательным особенностям клиники «Ваш Доктор ЛОР» можно отнести и географическую расположенность кабинетов. Все

они находятся вблизи крупных транспортных узлов и больших жилых массивов.

Осуществляется научно-исследовательская работа по внедрению новых и усовершенствованию существующих методик. Ведётся постоянный контроль за качеством оказанных услуг. Привлекаются смежные специалисты: сурдолог-аудиолог, стоматолог, терапевт, педиатр, аллерголог, иммунолог и т. д. Поддерживается постоянный контакт с ведущими клиниками г. Новосибирска. Специалисты сети кабинетов «Доктор ЛОР» ведут прием пациентов, страдающих следующими заболеваниями:

- нарушения носового дыхания любой этиологии (за исключением случаев грубого нарушения структур полости носа), гаймориты;
- заболевания у детей лимфаденоидного глоточного кольца, аденоидиты;
- тонзиллит, фарингит;
- заболевания среднего уха;
- заболевания слухового нерва.

***Ответьте на следующие вопросы:***

1. Каков общий смысл и основная задача данного текста?
2. Выделите основные смысловые блоки текста (укажите, сколько частей и микротем в тексте).
3. Какие рекомендации по улучшению текста Вы могли бы дать авторам текста?

*Результаты.* Ответы испытуемых данной группы показали, что смешение словосочетаний «Доктор Лор» и «Ваш Доктор Лор» в потоке речи (а текст его имитирует) абсолютное, то есть степень смешения – **100%**. Ни один человек не обратил внимания на то, что клиника в тексте называется по-разному. Хотя почти все испытуемые в общем справились с заданием: 1) определили рекламную направленность текста;

2) выделили основные смысловые блоки; 3) дали рекомендации по улучшению текста (сократить текст, указать реквизиты – последнее прямо соотносится с прагматической направленностью текста, которая легко определяется читателями).

На **третьем этапе** психолингвистического исследования текст был сокращен, улучшен (более структурирован) и предложен для анализа студентам 4 курса специальности «Издательское дело и редактирование» (10 человек). В основе профессиональной подготовки этих специалистов лежит работа с текстом, с вербальной информацией. См. задание и текст:

### ***Прочитайте текст***

Медицинский центр «Доктор ЛОР» оказывает амбулаторную помощь при заболеваниях уха, горла и носа с полным спектром услуг и использованием эффективных современных технологий и оборудования: тонзиллор, озон-ультразвуковая терапия и лазеротерапия. Приём проводят высококлассные специалисты, кандидаты медицинских наук и врачи высшей категории. Осуществляется научно-исследовательская работа по внедрению новых и усовершенствованию существующих методик. Ведётся постоянный контроль за качеством оказанных услуг. Привлекаются смежные специалисты: сурдолог-аудиолог, стоматолог, терапевт, педиатр, аллерголог, иммунолог и т.д. Поддерживается постоянный контакт с ведущими клиниками г. Новосибирска.

«Доктор ЛОР» имеет целую сеть кабинетов в Новосибирске, как на правом, так и на левом берегу Оби, которые удобно расположены вблизи станций метро. Сеть постоянно и планомерно расширяется для того, чтобы приблизить недорогие высококачественные медицинские услуги к населению. Цены на услуги на 20–50 % ниже, чем в аналогичных медицинских центрах и ориентированы на население, работающее в бюджетной сфере. Предусмотрена обширная система скидок. При этом качество и эффективность медицинской помощи в сочетании с инновационными методиками отмечаются экспертами как высокие.

Специалисты сети кабинетов «Ваш Доктор ЛОР» ведут прием пациентов, страдающих следующими заболеваниями:

- нарушения носового дыхания любой этиологии (за исключением случаев грубого нарушения структур полости носа), гаймориты;
- заболевания у детей лимфаденоидного глоточного кольца, аденоидиты;
- тонзиллит, фарингит;
- заболевания среднего уха;
- заболевания слухового нерва.

Записаться на приём в любой кабинет сети «Доктор ЛОР» можно по телефону единой справочной, а на лечение прийти в наиболее удобно расположенный медицинский центр.

***Ответьте на следующие вопросы:***

1. Каков общий смысл и основная задача данного текста?
2. Выделите основные смысловые блоки текста (укажите, сколько частей и микротем в тексте).
3. Какие рекомендации по улучшению текста Вы могли бы дать авторам текста?

*Результаты.* 2 человека из 10 в качестве рекомендаций предложили уточнить название клиники, исправить фактическую ошибку. Таким образом, степень смешения – **80%**. Однако напомним, что в третьем этапе эксперимента участвовали студенты-старшекурсники, будущие специалисты по правке и редактированию текста, поэтому процент смешения меньше, чем у предыдущей категории читателей.

Сопоставление результатов второго и третьего этапов исследования приводит нас к выводу, что при сокращении объема текста и при определенной выборке испытуемых (при повышении уровня профессионализма, наличии большого опыта работы с текстами, с вербальной информацией) степень смешения будет уменьшаться. Однако потребителями

клиник «Доктор Лор» и «Ваш Доктор Лор» являются не только специалисты-филологи, специалисты-редакторы, специалисты по товарным знакам и пр., основную массу потребителей составляют так называемые «средние» носители языка. Студенты специальности «Специальная психология» (особенно нужно учесть то, что среди них имеются студенты-заочники, получающие второе высшее образование, либо имеющие среднее специальное образование – это медики, педагоги и др. специалисты) относятся именно к этой категории носителей языка.

**ВЫВОДЫ.** Фирменное наименование «Доктор Лор» и фирменное наименование «Ваш Доктор Лор» являются сходными до степени смешения. Для доказательства степени смешения фирменных наименований, товарных знаков, в частности, в ходе судебного разбирательства, необходимо привлекать как лингвистические, так и психолингвистические методы исследования, результаты работы фокус-групп, направленные на изучение особенностей восприятия фактов речи носителями языка.

### Литература

- Залевская А.А.* Введение в психолингвистику. – М., 2000.  
*Ожегов С.И., Шведова Н.Ю.* Толковый словарь русского языка. – М., 1997. (ТСОШ)  
*Русский ассоциативный словарь: В 2-х т. Т. 1. От стимула к реакции: Ок. 7000 стимулов / Ю.Н. Караулов и др. – М., 2002.*  
©Лаппо М.А., 2010