

ВОИС ЖУРНАЛ

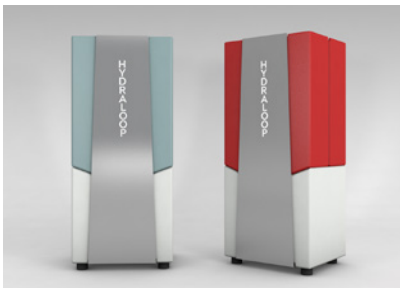
СЕНТЯБРЬ 2022 Г.

№ 3



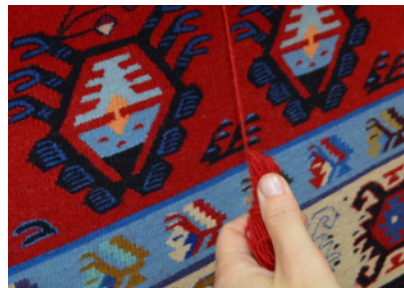
Стоджи Ти: хип-хоп, ИС и все такое

стр. 8



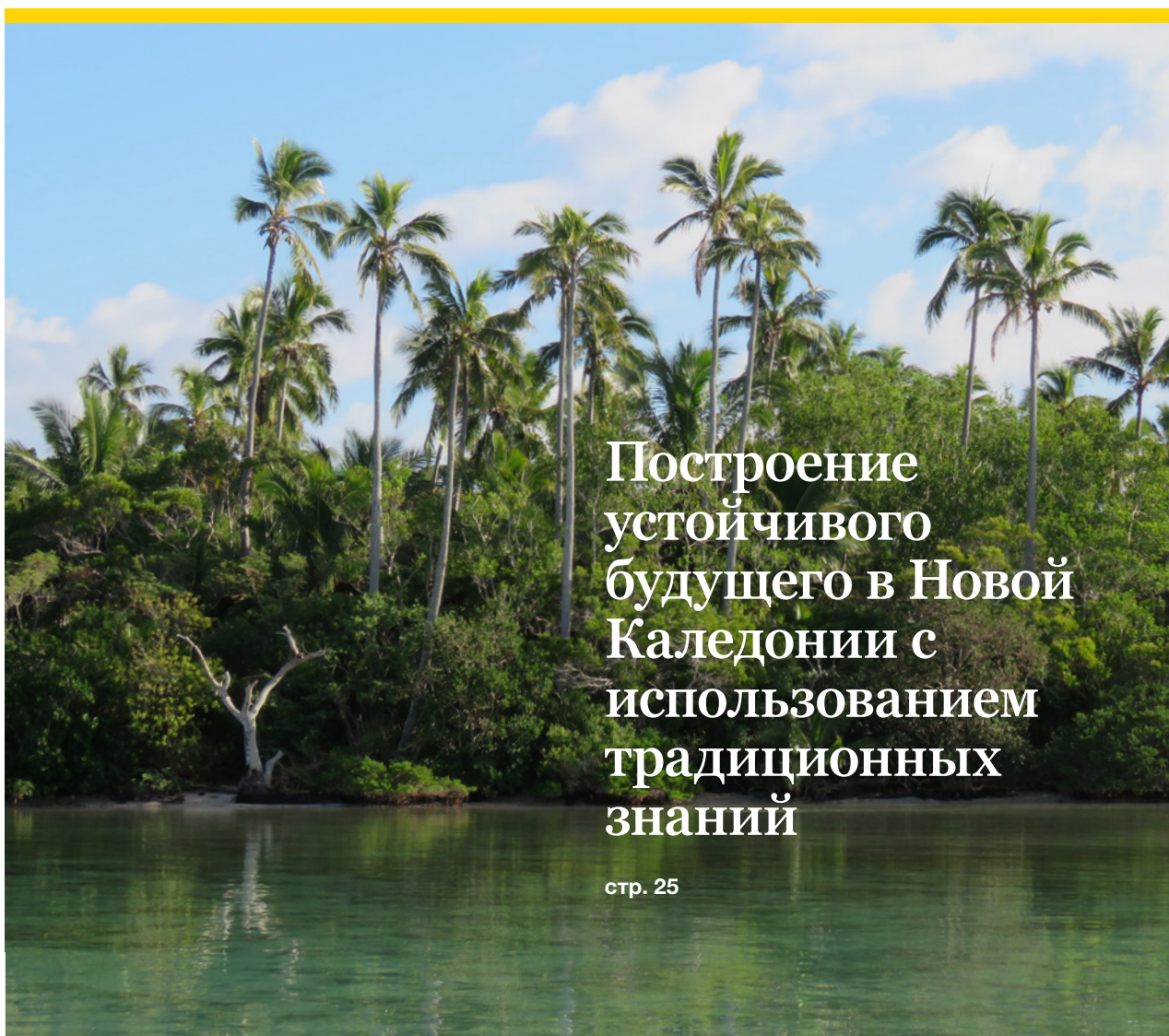
Решить проблему нехватки воды может любой – в этом поможет система Hydraloo

стр. 2



Сохранение культурного наследия Сербии: пример ковров-килимов из Пирота

стр. 33



Построение
устойчивого
будущего в Новой
Каледонии с
использованием
традиционных
знаний

стр. 25

Уважаемые читатели!

С удовлетворением сообщаем вам, что с января 2023 г. «Журнал ВОИС» будет выпускаться только в цифровом виде.

В результате этого изменения мы сможем более систематично предоставлять вам информацию по актуальным вопросам в области ИС, инноваций и творчества. Более того, таким образом мы следуем в русле целенаправленной политики Организации по уменьшению углеродного следа.

Подписка на электронную версию «Журнала ВОИС» доступна по адресу: https://www3.wipo.int/newsletters/en/#wipo_magazine



Содержание

- 2 Решить проблему нехватки воды может любой – в этом поможет система Hydraloop
- 8 Стоджи Ти: хип-хоп, ИС и все такое
- 13 Киберспорт: обзор (не очень) нового рубежа в цифровых развлечениях
- 19 Цифровая экономика: поиск новых механизмов управления
- 25 Построение устойчивого будущего в Новой Каледонии с использованием традиционных знаний
- 33 Сохранение культурного наследия Сербии: пример ковров-килимов из Пирота
- 39 Китай использует блокчейн для развития системы «интеллектуальных судов»
- 43 Брендинг нации: не только символ

В подготовке статей приняли участие:

- 2 **Марсело ди Пьетро Перальта**, Премии ВОИС, ВОИС.
- 8 **Надин Хакизимана**, Сектор глобальных задач и партнерств ВОИС
- 13 **Паоло Лантери**, Отдел авторского права, ВОИС
- 19 **Ульрике Тилль** и **Алика Дейли**, Отдел ИС и передовых технологий, ВОИС
- 25 **Дафне Зографос Джонссон** и **Летисия Каминеро**, Отдел традиционных знаний, ВОИС
- 33 **Рышард Фрелек**, Отдел стран с переходной и развитой экономикой, и **Александра Грациоли**, Лиссабонский реестр, ВОИС
- 39 **Ден Юхуа**, Бюро ВОИС в Китае
- 43 **Маркус Хёппергер**, Департамент товарных знаков, промышленных образцов и географических указаний, ВОИС

Редактор: **Кэтрин Джуэлл**

© WIPO, 2022



«Attribution» («Атрибуция») 4.0
Всемирная (CC BY 4.0)

Пользователь вправе воспроизводить, распространять, адаптировать, переводить и публично исполнять контент настоящей публикации, в том числе для коммерческих целей, без явно выраженного согласия, при условии ссылки на ВОИС в качестве источника информации и четкого указания на то, что оригинальный контент претерпел изменения.

На адаптированной версии/перевод/производных произведениях не разрешается проставлять официальную эмблему или логотип ВОИС, если только эти документы не были утверждены и проверены на достоверность Организацией. За разрешением просьба обращаться в ВОИС на веб-сайте Организации.

Если публикуемый ВОИС контент, например изображения, диаграммы, товарные знаки или логотипы, относится к сфере ведения третьего лица, то вся ответственность за получение разрешения обладателя/обладателей прав на этот контент лежит на пользователе.

Экземпляр данной лицензии размещен по адресу: <https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/deed.ru>

Изображения на обложке:

Слева направо:

WIPO/Berrod; используется с разрешения компании Hydraloop;

© Славица Чирич

Основное изображение:

Квентин Фарнер / Unsplash

Решить проблему нехватки воды может любой – в этом поможет система Hydraloop

Кэтрин Джуэлл, Отдел распространения информации и цифрового контента ВОИС



Артур Валкисер, Сабине Стэйвер, Генеральный директор ВОИС Дарен Танг, Е.П. г-жа Татьяна Молчан, Посол Республики Молдова в Отделении ООН в Женеве и Председатель Генеральной Ассамблеи ВОИС). В июле 2022 года компания Hydraloop, основанная Артуром Валкисером и Сабине Стэйвер, вошла в число пяти лауреатов на первой церемонии вручения Глобальной премии ВОИС, которая присуждается малым и средним предприятиям, использующим ИС для того, чтобы изменить к лучшему жизнь в своих странах и за рубежом.

Децентрализованная система рециркуляции сточной воды Hydraloop позволяет домохозяйствам сократить потребление воды и выбросы сточных вод на 45 процентов. Резкое повышение температуры воздуха нарушило уклад жизни по всему миру, вызвав нехватку воды и засуху; в таких обстоятельствах появление этого отмеченного наградами решения для очистки воды стало крайне своевременным.

Артур Валкисер и Сабине Стёйвер, супруги из Голландии, основавшие компанию HydraLoop, поставили перед собой задачу преодолеть растущий мировой кризис водных ресурсов. В 2015 году эти «серийные» предприниматели прервали заслуженный отдых, чтобы разработать удобную для потребителя децентрализованную систему очистки воды, предназначенную для использования в домашних условиях. Система HydraLoop вошла в число пяти лауреатов первой Глобальной премии ВОИС для малых и средних предприятий, учрежденной летом этого года. Валкисер и Стёйвер заявили, что получение премии ВОИС стало важным стимулом, который поможет им внедрить разработанное ими оригинальное решение по очистке воды во всем мире.

Что побудило вас заняться переработкой воды и создать компанию HydraLoop?

Стёйвер: Ресурсы пресной воды на нашей планете ограничены. Изменение климата приводит к сильным засухам, и многие страны, в том числе в Европе, сталкиваются с проблемой дефицита воды. По оценкам, к 2030 году нехватка воды может привести к вынужденному перемещению до 700 млн человек в мире. Тем не менее мы по-прежнему используем пресную воду для туалетов, стирки одежды и полива садов. Это неразумно. Поэтому, когда Артуру пришла в голову идея разработки децентрализованной системы рециркуляции сточной воды, мы решили, что обязаны воплотить ее в жизнь; поэтому мы прервали наш заслуженный отдых, который проводили на юге Франции и вернулись в Нидерланды, чтобы приступить к созданию компании и разработке технологии.

Валкисер: К 2050 году на планете будет жить на 2 млрд человек больше, чем сейчас и нам потребуется на 55 процентов больше воды, чем мы используем сегодня, поэтому я не мог оставить эту идею без внимания. Я не мог бездействовать. Текущий кризис водных ресурсов – тревожный звонок для тех, кто игнорировал все предупреждения о растущем дефиците воды, но мы можем решить эту проблему, используя воду повторно.

Был ли у вас опыт проектирования и строительства водотехнических устройств?

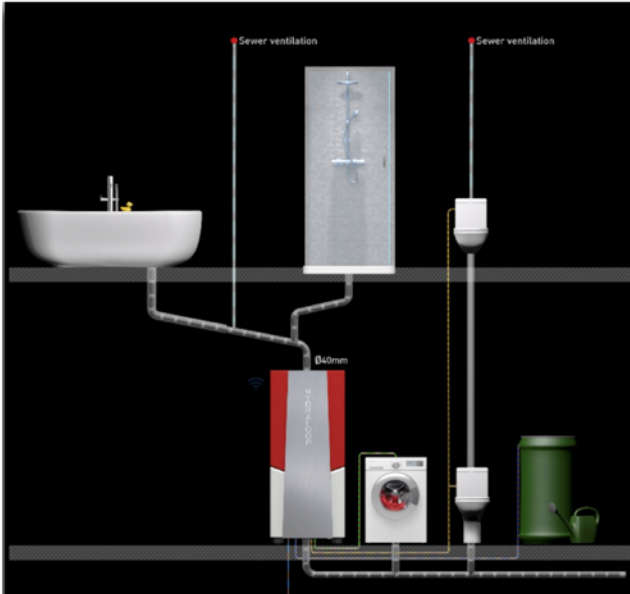
Валкисер: Абсолютно никакого. Я руководил крупной медиакомпанией в Нидерландах. Но во многом отсутствие опыта стало преимуществом, потому что я мог оценивать ситуацию непредвзято. Формальное образование помешало бы. Я знал, чего хочу добиться, и в основном действовал методом проб и ошибок. Было много трудностей, но я понял, что любая проблема – одновременно и подарок, ведь решая ее, можно совершенствоваться.

Устройства HydraLoop выглядят изящно и эстетично. Что послужило причиной такого подхода к разработке?

Стёйвер: Мы ориентируемся на огромное количество людей, которые хотят внести вклад в повышение устойчивости планеты, поэтому мы понимали, что наше решение

Принцип работы Hydraloop

Фото: используется с разрешения компании Hydraloop



Сбор слабозагрязненных сточных вод

В Hydraloop попадает вода из ванн, душа, стиральных машин и сушильных аппаратов, а также конденсат от тепловых насосов и кондиционеров.



Очистка сточной воды в месте образования

В системе Hydraloop используется устойчивая технология шестиступенчатой очистки сточных вод, в результате чего получается чистая, безопасная дезинфицированная вода для непитьевого использования.



Повторное использование очищенной воды

Очищенная вода подается в туалеты, стиральные машины и при желании может использоваться для полива садов и/или наполнения бассейнов.

должно быть удобным для потребителя – без снижения комфорта и ухудшения гигиенических характеристик. Мы четко понимали, что наше устройство должно быть компактным, нетребовательным с точки зрения эксплуатации и должно выглядеть привлекательно, потому что дизайн – основа всего.

Валкисер: Наше устройство выделяется своим дизайном, а также тем, что наша система очищает сточную воду (из душа, стиральных машин, кондиционеров и т.д.) без использования фильтров, мембран и химикатов. Наша запатентованная технология позволяет обрабатывать и очищать сточные воды в соответствии с самыми высокими международными стандартами без использования фильтров, которые могут засориться и требуют дорогостоящего обслуживания.

Каковы экологические преимущества системы Hydraloop?

Валкисер: Система позволяет экономить воду и энергию, благодаря чему пользователям удастся уменьшить свой углеродный след. С помощью Hydraloop можно снизить потребление воды на 45 процентов и сократить объем образующихся вод также на 45 процентов. Таким образом снижается углеродный след пользователей системы, поскольку уменьшается и объем воды, подаваемой в их дома, и количество сточной воды, поступающей на очистные сооружения.

Стэйвер: Девиз компании Hydraloop: «Действуй разумно – используй воду повторно». С нашей системой, действующей по принципу «установил и забыл», пользователям легко и удобно следовать этому девизу без ущерба для гигиены и качества жизни.

Как это работает?

Валкисер: В запатентованной системе очистки воды Hydraloop используются шесть технологий: отстаивание, флотация, флотация растворенным воздухом, фракционирование пены, обработка в аэробном биореакторе и обеззараживание очищенной воды мощным ультрафиолетовым излучением; обработанная вода соответствует самым высоким международным стандартам. Каждое устройство Hydraloop круглосуточно контролируется в онлайн-режиме через удаленный сервер; в настоящее время у нас есть две модели – на 5 человек и на 12 человек. Пользователи могут отслеживать расход воды с помощью нашего приложения для смартфона, в котором даются полезные советы по экономии воды. Я начал работать над Hydraloop в середине 2015 года, а на рынок мы его вывели в 2017 году, так что на разработку ушло чуть больше двух лет.

Каковы были важнейшие вехи вашей компании?

Стэйвер: Мы вывели нашу продукцию на рынок в ноябре 2017 года на выставке Aquatech Amsterdam. Люди стояли в очереди, чтобы пообщаться с нами. Мы знали, что наш продукт – особенный, но все еще собирали устройства в своем гараже. В 2018 и 2019 годах мы представили Hydraloop на 26 выставках в Европе, на Ближнем Востоке, в Южной Африке и США. Мы чувствовали себя миссионерами, объясняя, почему децентрализованная переработка воды так важна. Двадцать седьмым мероприятием стала Выставка потребительской электроники (CES) в Лас-Вегасе. Мы получили четыре награды CES в следующих областях: лучшие инновации: устойчивое развитие, экологичный дизайн и интеллектуальные энергосистемы; лучший устойчивый продукт; лучшая компания-стартап; и «лучшие из лучших», обойдя 20 тыс. других продуктов, представленных на выставке. Так мы обрели известность и привлекли к себе широкое внимание.

А были ли тяжелые моменты?

Стэйвер: После CES нам пришлось расширять компанию с точки зрения персонала, производства и инвестиций. До этого момента мы вкладывали в развитие Hydraloop собственные средства. После

CES инвесторы выстраивались в очередь, но потом началась пандемия COVID, и они отказались от дальнейшего сотрудничества. Это было сложное время с неопределенными перспективами, но наша небольшая команда менеджеров и акционеров не собиралась сдаваться. Вскоре мы нашли инвесторов, и положение снова начало улучшаться. Мы планируем снова участвовать в мероприятиях в следующем году и настроены оптимистично, потому что мы создали перспективную торговую марку, уже сейчас известную многим людям. Сейчас наша стратегия – выйти на мировой рынок.

Как вы планируете выходить на международный уровень?

Валкисер: Мы считаем, что установка децентрализованных систем водоснабжения станет стандартным требованием, которое будет закреплено в строительных нормах и правилах, как сейчас тепловые насосы и кондиционеры. Это огромный рынок, и единственный способ выйти на него – заключать партнерские отношения.

Стэйвер: У нас уже есть 140 партнеров в 50 странах, продающих устройства под маркой Hydraloop. Среди них сантехнические компании, отели, архитекторы, компании – производители садовой техники и водотехнических изделий, которые хотят включить в свой ассортимент такие экологичные продукты, как Hydraloop. Кроме того, мы ведем переговоры с крупными компаниями, производящими бытовую технику. Мы рассматриваем различные варианты, от совместного маркетинга и совместного брендинга для реализации под брендом продавца до лицензионных сделок, особенно в странах, где мы не ведем деятельность. Таким образом, наши устройства могут производиться в этих странах с меньшими затратами. Но нам нужны инвестиции. Без них мы не сможем достичь этих глобальных целей.

Готов ли мир к домашним системам очистки воды, таким как Hydraloop?

Валкисер: Компания Hydraloop создает новый рынок. Рынок есть, но некоторые правила требуют корректировки. Конечно, когда вы создаете новый продукт, к его появлению никто не готовится. Поэтому я не только руковожу компанией, но и являюсь экспертом Европейской комиссии

по стандартизации водных ресурсов, где вхожу в число авторов стандарта по дождевой и переработанной воде для непитьевого использования. В каждой стране есть устоявшиеся законы и правила, которые когда-то были целесообразными; но многие из них потеряли актуальность и препятствуют выходу инновационных решений на рынок. Поэтому важно разработать новые стандарты удаления сточных вод и упразднить старые, неэффективные стандарты. Я также вхожу в правление организации Water Europe, которая содействует внедрению инноваций в области водных ресурсов в Европе. Я считаю, что это действенный метод решения проблем с водой в Европе. В докладах, написанных десять лет назад, уже прогнозировалась сложившаяся в настоящее время ситуация, но никто не действует, руководствуясь только докладами. К сожалению, чтобы начать действовать, мы должны столкнуться с неблагоприятными обстоятельствами. Нам необходимы мудрые политические деятели, готовые принимать меры. И необходимо финансирование для воплощения решений на практике, потому что они требуют затрат.

Стэйвер: Я состою в Консультативном комитете по вопросам политики организации Water Europe, который повышает осведомленность о ценности воды для нашего общества и экономики. Кроме того, Комитет агитирует за включение инновационных решений и подходов в меры политики и законодательство в Европе и использование таких решений. В последнее время инновациям уделяется много внимания, и существуют экономически и технически эффективные решения для борьбы с кризисом водных ресурсов. Это замечательно, но во многих регионах вода все еще очень дешевая. Поэтому мы выступаем за три решения: во-первых, водосберегающие устройства повсеместно должны стать неотъемлемой частью строительных норм и правил; во-вторых, необходимо активно побуждать строителей и конечных пользователей использовать эти устройства; и, в-третьих, должны быть введены дифференцированные схемы ценообразования, чтобы люди платили по более высокой ставке, если они используют больше воды, чем обычно. Такие меры позволят осознать истинную ценность воды и обеспечить ее ответственное использование.

Какую роль играет ИС в вашей компании?

Стэйвер: Наличие ИС помогло Hydraloop во всех аспектах: в финансировании нашей миссии и в получении

возможности экспоненциально расширять производство и продажи, чтобы стать лидером рынка в этой области. Наша миссия состоит в том, чтобы в ближайшие десятилетия внедрить устройство Hydraloop в множество зданий и домов по всему миру. Для этого нам необходимо налаживать сотрудничества и защищать свои права. Это стало возможным благодаря ИС.

Валкисер: Мы осознали необходимость ИС с самого начала. Мы не хотели вкладывать столько времени и энергии в разработку нашей идеи, рискуя при этом тем, что ее скопируют.

Стэйвер: Мы разработали запатентованный продукт, который каждый может использовать за плату, и наши права на интеллектуальную собственность позволяют нам расширять производство, маркетинг и продажи. Благодаря лицензионным сделкам мы можем сотрудничать с другими компаниями и быстро распространить этот важный продукт по всему миру. ИС сделала нашу компанию и гораздо более привлекательной для инвесторов. Мы гордимся не только нашими сотрудниками, но и наличием ИС, которая защищает компанию и повышает ее прибыль.

Почему для Hydraloop было важно пройти независимую сертификацию?

Валкисер: Во-первых, сертификация позволила нам выйти на рынок. Во-вторых, разработать устройство Hydraloop мне помогло понимание требований органов по сертификации. Моей целью была сертификация по самому строгому стандарту – NSF/ANSI-350, действующему в США. Такие сертификаты не предписывают, как именно проводить очистку воды, но помогают понять, чего необходимо достичь. Они помогли мне определить направление деятельности, необходимое для создания системы, которая сейчас запатентована.

Каково ваше видение будущего?

Стэйвер: Мы столкнулись с глобальным кризисом водных ресурсов, а без воды нам не выжить. Вода – это жизнь. Далеко не все осознают важность доступа к водным ресурсам для социального благополучия, экономического развития, развития бизнеса и здоровья природных экосистем. Но к счастью, мы можем преодолеть этот кризис. Решения уже есть. Осталось воплотить их в жизнь.

Hydraloop, децентрализованная система рециркуляции сточной воды, которая позволяет домохозяйствам сократить потребление воды и выбросы сточных вод на 45 процентов.



Фото: используется с разрешения компании Hydraloop

Валкисер: Мы хотим, чтобы через 10 лет децентрализованные системы рециркуляции воды стояли в каждом здании и их установка предписывалась строительными нормами и правилами по всему миру. Мы хотим оказать реальную помощь в преодолении глобального кризиса водных ресурсов, став лидером рынка в этой области.

Какое значение для вас имеет получение Глобальной премии ВОИС для МСП?

Стэйвер: Огромное! Во-первых, я очень горда, потому что премия стала признанием изобретения Артура и его упорной работы. Это был непростой путь, сравнимый с американскими горками. Во-вторых, благодаря премии мы станем более известными и авторитетными, что поможет нам в реализации нашей миссии, потому что наша деятельность по-настоящему важна. Наша цель – не продать товар. Мы хотим изменить мир.

Что вы можете посоветовать другим малым и средним предприятиям, только начинающим свой путь в бизнесе?

Валкисер: Никогда не сдавайтесь.

Стоджи Ти: хип-хоп, ИС и все такое

Кэтрин Джуэлл, Отдел распространения информации и цифрового контента, и Эдвард Харрис, Отдел новостей и СМИ, ВОИС



Фото: WIFO/Беррод

Выступление Стоджи Ти на мероприятии в штаб-квартире ВОИС в Женеве в апреле 2022 года в честь Всемирного дня интеллектуальной собственности 2022 года.

В 2016 году один из первых южноафриканских исполнителей хип-хопа Туми Молекане, солист группы Tumi and the Volume (на данный момент распавшейся), начал свою сольную карьеру под именем Стоджи Ти. Не так давно популярный рэп-исполнитель дал журналу ВОИС обширное интервью, в котором он рассказал о своей любви к хип-хоп музыке, недавнем подписании контракта с Def Jam Africa и о том, насколько важно, чтобы молодые музыканты понимали, как охранять свои права ИС и управлять ими.

Почему для вас важна музыка?

Для меня это единственный способ существования в мире. Как музыкант я приношу пользу своему сообществу, своей стране и всему миру. Ради этого я встаю каждое утро.

Почему вас заинтересовал хип-хоп?

В восьмидесятые годы, когда я рос, хип-хоп был самым выразительным стилем музыки. Он находил отклик в моем сердце. Кроме того, я умел быстро говорить. Однажды я получил деньги за то, что казалось мне просто увлечением, а остальное, как говорится, уже история.

Расскажите нам о своей музыкальной карьере.

Я начинал как рэпер – на улицах, с друзьями-рэперами. Сначала мне это нравилось, но потом я начал чувствовать, что этот жанр ограничивает меня. Что он не дает мне использовать всю поэзию, которую я читал, музыку Чайковского, в которую я влюбился. То есть разговорный жанр стал для меня более привлекательным. Но у меня оставались способности к рэпу и к созданию битов. В итоге они дали начало группе Tumi and the Volume, в которой был я – исполнитель разговорного жанра, и была музыкальная группа, исполняющая музыку на мои стихи. С группой мы гастролировали по всему миру, но из-за этого я начал терять популярность в Южной Африке. Поэтому я решил записать несколько сольных классических хип-хоп произведений, чтобы сохранить актуальность моего имени в жанре хип-хоп на родине.

В то время в Южной Африке существовала живая музыка, написанная на оригинальные стихи, в разнообразных стилях, и существовал классический хип-хоп, и эти два мира не пересекались. Меня это расстраивало, я хотел оставаться собой: для моей работы всегда важны были искренность, честность и естественность; я чувствовал, что было бы крайне нечестно продолжать делать что-то только потому, что от меня этого ждали слушатели. Кроме того, когда я стал старше, поменялись мои приоритеты и ценности, и я хотел продолжать развиваться как исполнитель. Я хотел отразить в своей музыке более широкий спектр тем и включить в нее южноафриканские мотивы. Поэтому я решил изменить свое имя на Стоджи Ти

Почему именно Стоджи Ти?

Мне очень нравятся сигары, а словом stogie также называют сигары; для меня оно о мастерстве и времени, которое требуется для создания сигары, и о том, как можно ее смаковать, растягивая удовольствие. Именно так я подхожу к своему творчеству.

Недавно вы подписали контракт с компанией Def Jam Africa. Что это значит для вас?

Def Jam Africa является дочерней компанией Def Jam Music, которая издала огромное количество произведений в жанре хип-хоп. Подписание контракта с Def Jam Africa – это сбывшаяся мечта. Кроме того, это шаг к тому, чтобы найти глобальную аудиторию для моего творчества.

Почему для художников важно сохранять права на свои творческие произведения?

Я помню, как сказал маме, что мне нужны деньги на студию. Она спросила, зачем, и я объяснил: дело вот в чем. Я сижу дома и работаю над идеей, у меня есть друг, который разбирается, как создать биты, и это наша идея и наши биты. Потом мы идем к какому-то человеку и записываем произведение вместе с ним, и если мы не можем ему заплатить, то должны разделить с ним право собственности на запись. Потом приходит кто-то еще, и с этим человеком мы тоже должны разделить выручку. Мама, ты ходишь на работу, ты тратишь свое время и получаешь деньги. И я бы тоже этого хотел. Но дела обстоят так, что тот, с кем я записываю произведение, хочет, чтобы я сделал что-то по-другому, потому что ему кажется, что мой подход неправильный. Так что мне приходится работать самостоятельно.

Желание независимости заставило меня защищать свои права всеми способами. Сперва я начал посылать тексты своих песен по почте, чтобы доказать, что я их написал. Потом я узнал, что существуют агентства по сбору роялти, которые защищают права авторов, и издатели музыкальных произведений, которые помогают авторам получать доход от их прав и содействовать распространению их произведений. Я учился «без отрыва от работы».

Я говорю всем 18-летним ребятам, которые хотят заниматься рэпом, что если они потратят всего час на изучение того, что такое публикация музыкальных произведений, что такое ИС, что такое роялти и какими правами они обладают, они смогут получать от своего творчества гораздо больше, чем если проведут три часа на YouTube, разбираясь, как свести новый ритм на ударных. Благодаря технологиям порог входа на музыкальный рынок сейчас практически отсутствует. Это делает музыкантов уязвимыми, поэтому они должны разбираться в вопросах ИС.



«Я бы хотел, чтобы исполнители, которые работают за пределами традиционного хип-хопа, тоже получили возможность выступать, чтобы показать жанр как на глобальное явление», – говорит Стоджи Ти

Музыканты часто воспринимают звукозаписывающие лейблы как врага, а лейблы, в свою очередь, относятся к исполнителям по принципу «вы не знаете, о чем говорите». Всем будет лучше, если исполнители будут понимать язык музыкальной индустрии и иметь представление о своих правах, о том, что за ними стоит, как их охранять и как они могут извлечь из них выгоду.

Каковы особенности южноафриканского хип-хопа и его развития?

Когда этот жанр пришел в Южную Африку, в его основе лежала традиционная хип-хоп культура Бронкса. В нее входят битбоксинг, граффити, рэп, «диджеинг» и выражение мыслей о самопознании и участии в жизни общества. Именно в таком виде хип-хоп сейчас существует в Кейптауне.

В то же время хип-хоп, появившийся в Йоханнесбурге, имел коммерческий уклон и тяготел к квайто, самому популярному жанру того времени. Произведения в этом жанре выражали новые для Южной Африки настроения – желание жителей провинциальных городков больше не быть в тени. Звездами первой величины стали авторы, которые создавали такую музыку на местном диалекте. Они начали оттеснять на второй план традиционных хип-хоп исполнителей из пригородов, которые сочиняли на английском языке, непонятном большинству людей. Но квайто не получил признания, по крайней мере на площадках, где традиционно исполнялся хип-хоп. Хип-хоп – элитарный жанр. И не забывайте, что в то время он только зарождался, был молод, и для нас это было как тайное культовое движение.

Я работал в обоих жанрах. Мы все состояли в клубах, и я наблюдал, как исполнители переходили из одного лагеря в другой, в зависимости от того, где можно было получить больше прибыли. Из-за этого я стал по-другому смотреть на идею оставаться искренним, отстаивать свои позиции и быть собой, независимо от того, что происходит вокруг. Я также осознал, что в том, что делают эти ребята, есть своя ценность. А что касается того, существует ли южноафриканское хип-хоп звучание – сейчас об этом много спорят. Какой это стиль? Амапиано? Квайто? Мы продолжаем создавать новую музыку, а люди снова говорят, что, возможно, это и есть южноафриканский хип-хоп. Может быть, именно так выглядит развитие?

Но для меня, если произведения хороши и находят свою аудиторию, это прекрасно. Люди все время забывают, что хип-хоп – это музыка и что это способ самовыражения людей, ее создающих. Хип-хоп притягивает молодежь по всему миру. Это как религия, в которую люди приносят свои собственные ценности. Так, в Японии хип-хоп имеет свои особенности. То же самое в Африке или в Южной Африке, люди хотят, чтобы он отражал их сущность. Они хотят читать рэп на своих языках и хотят, чтобы его частью была музыка коренных народов. И в этом нет ничего плохого.

Что стало важнейшим событием в вашей карьере?

Я не могу назвать одно такое событие, но сейчас важнее всего, что я все еще занимаюсь хип-хопом, чему я невероятно рад, и что я смог стать Стоджи Ти. Я до сих пор удивляюсь, что это получилось.

С какими сложными задачами вы сталкиваетесь сейчас как исполнитель?

Все зависит от контекста, но в целом задача состоит в том, чтобы меня воспринимали всерьез, чтобы, даже когда я пишу песню, неожиданную для моей аудитории, меня все равно воспринимали как рэп-исполнителя – интеллектуала со своим взглядом на мир, интересного тем, что он делает что-то новое.

Как бы вы хотели видеть развитие хип-хоп музыки?

Я бы хотел, чтобы исполнители, которые работают за пределами традиционного хип-хопа, тоже получили возможность выступать, чтобы показать жанр как на глобальное явление.

Улучшило ли потоковое вещание положение артистов?

Хип-хоперы всегда осваивали новые технологии одними из первых. Еще недавно, до появления потокового вещания, частью стратегии исполнителя в Южной Африке было нелегальное распространение его музыки в Интернете, чтобы люди могли получить к ней доступ, потому что таким образом появлялась возможность для получения дохода.

«Всем будет лучше, если исполнители будут понимать язык музыкальной индустрии и иметь представление о своих правах, о том, что за ними стоит, как их охранять и как они могут извлечь из них выгоду».

В наши дни исполнитель может гастролировать, и если он докажет бренду, что бесплатная загрузка его произведений привлекла тысячи зрителей, он может получить поддержку такого бренда. В итоге он получает новый канал дохода. Если тщательно проанализировать платформы потокового вещания, становится понятно, что они на самом деле никому не платят и никогда не станут основным источником дохода. Присутствие на платформе потокового вещания – как визитная карточка; авторы используют ее, чтобы познакомить людей с музыкой, а прибыль получают из других источников.

Есть ли недостатки у потокового вещания?

Проблема платформ потокового вещания заключается в том, что они не учитывают различий между разными аудиториями и рынками. Они не проводят различий между популярным музыкантом, чьи поклонники (а их миллионы!) готовы платить всего два цента за потоковое воспроизведение, и джазовым исполнителем, у которого меньше слушателей, но эти слушатели готовы платить за прослушивание его произведений два доллара. В такой ситуации джазовый исполнитель не может воспользоваться преимуществами потокового вещания.

Что вдохновило вас на создание альбомов «The Empire of Sheep» и «Yeah»?

«Empire of Sheep» – это отражение того, в каком состоянии, по моему мнению, находится Южная Африка. К сожалению, как и во многих других частях мира, у нас сложилась ситуация, когда важнее иметь последователей, чем лидеров.

Откуда вы черпаете вдохновение?

Иногда это вызов самому себе – посмотреть на ситуацию и спросить себя, можно ли ее изобразить. Сейчас главный источник вдохновения для меня – осмысление этой безумной пандемии, которая подходит к концу, и создание песен об этом.

Что вы можете сказать начинающим молодым исполнителям?

Исполнителю всегда нужно место, где он сможет послушать себя и как следует разобраться, о чем его музыка. Сейчас легко начать транслировать свою музыку с помощью телефона. И это замечательно. Но нет платформы, где можно обсудить свои идеи и получить честную обратную связь. Важно окружить себя людьми, которые честно говорят о том, что вы делаете, и помогают вам направить вашу музыку и ваши идеи на нужную аудиторию.

Киберспорт: обзор (не очень) нового рубежа в цифровых развлечениях

Андреа Рицци и Франческо де Руджерис, Andrea Rizzi
& Partners, Милан, Италия

Лишь немногие киберспортивные игры предполагают использование виртуальных симуляторов традиционных видов спорта, таких как футбол или баскетбол. Одна из самых популярных киберспортивных игр в мире – *League of Legends*, видеоигра, разработанная компанией Riot Games, но на первый взгляд со спортом она не имеет ничего общего



фото: © Riot Games

ПРОСТИТЕ, КИБЕР... ЧТО?

Согласно определению в Oxford Advanced Learner's Dictionary (Оксфордском словаре для продвинутых учащихся), киберспорт – это «соревнование на основе видеоигр, за которым люди следят для развлечения». Это приблизительное определение отражает суть явления и помогает обсудить **первый очень важный аспект**: любая видеоигра (независимо от того, является ли она виртуальной симуляцией традиционного вида спорта) может быть киберспортивной дисциплиной.

Лишь немногие киберспортивные игры предполагают использование виртуальных симуляторов традиционных видов спорта, таких как футбол или баскетбол. Одна из самых популярных киберспортивных игр в мире – *League of Legends*, видеоигра, разработанная компанией Riot Games, но на первый взгляд со «спортом» она не имеет ничего общего; игроки участвуют в сражениях в фантастическом мире, где команды ярких персонажей бьются за победу и славу.



Киберспорт становится все более разнообразным и популярным, поскольку видеоигры становятся все более распространенным средством развлечения и общения молодежи.



«В отличие от традиционных видов спорта, где никто не «владеет» самой игрой, правами собственности на видеоигру или ее компоненты может обладать целый ряд лиц (физических или юридических)».



Фото: © Riot Games

ВАЖНОСТЬ КИБЕРСПОРТА

Важность киберспорта следует оценивать как с точки зрения экономической составляющей, так и с точки зрения коммуникаций. Если говорить об экономике, то согласно докладу Newzoo «2022 Global Esport & Live Streaming market report», ожидается, что в 2022 индустрия киберспорта принесет прибыль в 1,38 млрд долл. США, тогда как в 2021 году этот показатель составил 1,11 млрд долл. США; таким образом, годовой прирост составит 16,4 процента.

С точки зрения коммуникаций киберспорт привлекает и молодежь, и более старшее поколение, обладающее высокой платежеспособностью. Поэтому он вызывает интерес у таких крупных брендов, как Louis Vuitton и Mastercard, которые до недавнего времени были совершенно не связаны с игровым миром. Их привлекает возможность охватить более широкую и разнообразную аудиторию. В 2019 году финал чемпионата мира по League of Legends посмотрели около 100 млн зрителей, в то время как Супербоул НФЛ – «всего» 98 млн.

КИБЕРСПОРТ: ВИДЕОИГРЫ, ЗАЩИЩЕННЫЕ ИС

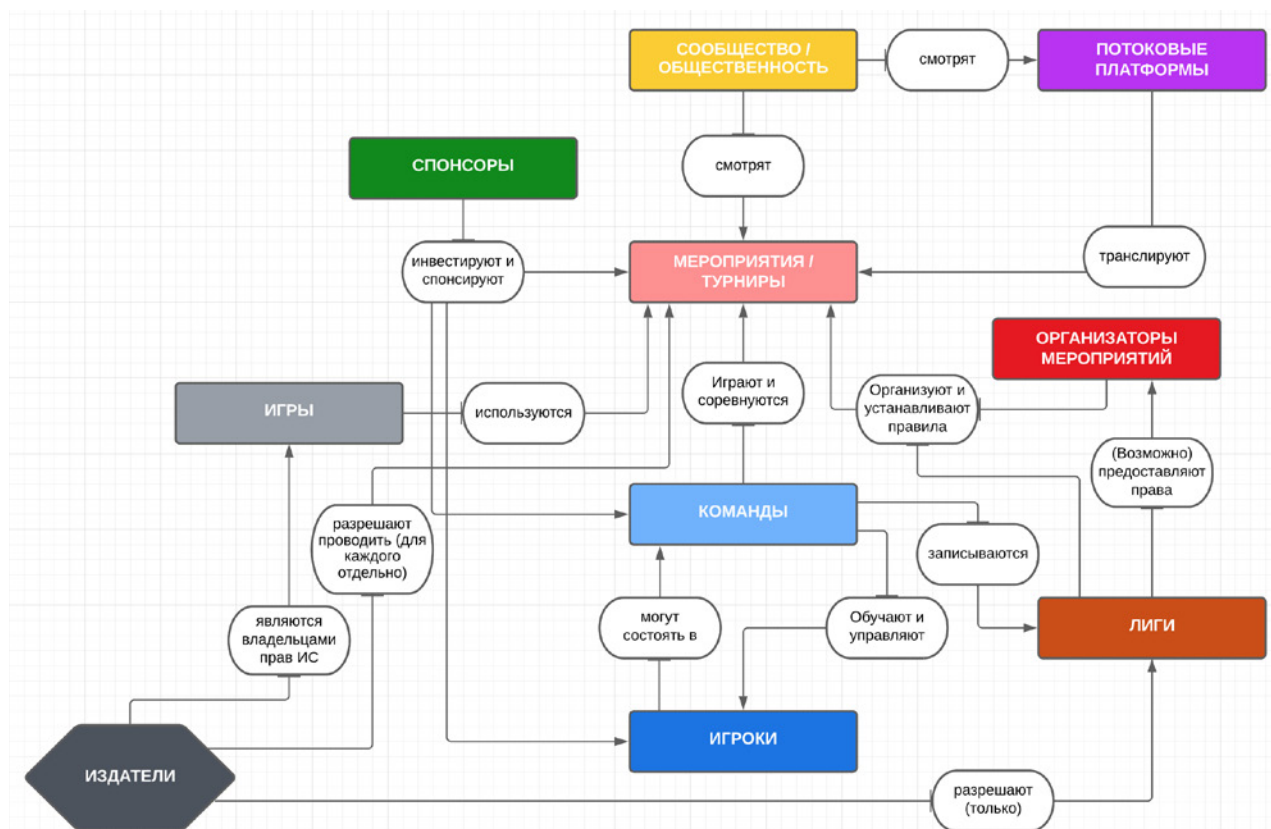
Для того чтобы существовал киберспорт, необходимы видеоигры. Появление таких игр имеет важные последствия с точки зрения закона. Видеоигра – один из уровней программного обеспечения (или «игрового движка»), на который накладываются аудиовизуальные компоненты, такие как анимация, изображения, текст, звуковые эффекты и музыка, которые являются объектами ИС; если рассматривать игры в таком ключе становится понятно, почему они являются сложным объектом с правовой точки зрения. Можно предположить, что из всех категорий прав ИС самое непосредственное отношение к видеоиграм имеет авторское право. Тем не менее актуальной может быть практически каждая категория прав ИС.

Говоря о европейских нормах, Суд Европейского Союза (СЈЕU) в своем решении № С355/12 (дело Nintendo) разъяснил, что «*видеоигры [...] представляют собой **сложный материал**, включающий не только компьютерную программу, но и графические и звуковые **элементы**, которые [...] **охраняются вместе со всем произведением авторским правом** [...]*».

Поскольку права ИС являются по своей сути монопольными правами и правами собственности, их владельцы могут запретить другим лицам использовать соответствующий объект. В отличие от традиционных видов спорта, где никто не «владеет» самой игрой, правами собственности на видеоигру или ее компоненты может обладать целый ряд лиц (физических или юридических): разработчики кодов, художники, писатели, композиторы и исполнители музыки и многие другие.

Права ИС на видеоигры обычно принадлежат издателю, который приобретает их для распространения и коммерческого использования, или контролируются им. Их эксплуатация, как правило, принимает форму продажи конечным пользователям лицензии, условия которой регулируются лицензионным соглашением с конечным пользователем/условиями обслуживания (ЛСКП/УО). Согласно этим соглашениям, лицензия издателя практически всегда ограничивается личным/некоммерческим использованием. Это подводит нас ко **второму важнейшему аспекту**: в отличие от футбольного турнира, для организации турнира по киберспорту требуется разрешение от издателя видеоигры.

Рисунок 1. Экосистема киберспорта



Киберспорт представляет собой сложную экосистему прав ИС. Эта экосистема регулируется с помощью системы соглашений, каждое из которых должно «взаимодействовать» с другими во избежание нарушения прав ИС третьих лиц.

КИБЕРСПОРТ КАК СЛОЖНАЯ ЭКОСИСТЕМА

Третий **принципиально важный аспект**: наличие заинтересованных сторон и взаимодействие между ними и их соответствующими правами ИС создают сложную экосистему, которая показана на рис. 1.

Эта экосистема регулируется с помощью системы соглашений, каждое из которых должно «взаимодействовать» с другими во избежание нарушения прав ИС третьих лиц. Ориентируясь в этой системе, важно помнить следующие основные моменты.

Во-первых, каждый вид киберспорта – это видеоигра, в которую заложены определенные правила, появившиеся в результате проектных решений разработчика игры. Как правило, такие проектные решения не могут быть изменены пользователем без разрешения. Во-вторых, использование видеоигры регулируется лицензионным соглашением. Это общие ЛСКП/УО или специальная лицензия, предоставленная издателем для организации конкретного турнира. В-третьих, в киберспортивных соревнованиях, как правило, участвуют и другие стороны, обладающие правами ИС, что создает дополнительные сложности с точки зрения ИС.

Турнир по киберспорту может быть организован издателем или сторонним организатором и может иметь собственные (дополнительные) правила. Любое нарушение правил мероприятия может повлечь нарушение прав ИС издателя и/или стороннего организатора. Турнир может быть отдельным соревнованием или частью более крупного мероприятия, например, лиги; в этом случае снова появляются дополнительные правила.

Организаторы турниров (будь то издатели или сторонние организаторы) извлекают выгоду из своих прав с помощью спонсорских соглашений с брендами (которые тоже регулируются правами ИС) и путем предоставления прав на трансляцию и потоковое вещание платформам распространения контента (таким как Twitch или YouTube), обычно на исключительной основе. Кроме того, они получают доход от продажи билетов на очные мероприятия и продажи различных «физических» или цифровых товаров (также охватываемых правами ИС).

И, конечно же, есть игроки и команды, которые могут заключать отдельные спонсорские соглашения с брендами и спонсорами мероприятий. Команды и игроки владеют правами на изображения игроков и зрителей, наблюдающих за соревнованиями, или контролируют их. Зрители часто взаимодействуют друг с другом через платформы потокового вещания (которые также владеют правами ИС на свои запатентованные технологии) и могут создавать контент, на который также могут распространяться дополнительные права ИС в зависимости от ЛСКП/УО платформы и – если контент частично является игровым – ЛСКП/УО издателя.

ПРИНЦИПАЛЬНЫЙ ВОПРОС: КТО ДОЛЖЕН РЕГУЛИРОВАТЬ КИБЕРСПОРТ?

Как это часто бывает с новыми явлениями, киберспорт по большей части не регулируется национальным законодательством. Следовательно, издатели, обладающие правами ИС, более свободны в управлении экосистемой киберспорта (в рамках общего законодательства, включая потребительское и антимонопольное). Это целесообразно с точки зрения издателя, так как он обычно несет экономическое бремя финансирования и маркетинга своей игры. Это также наиболее эффективное соглашение, так как издатель лучше всего разбирается в своих продуктах/услугах (и соответствующих группах пользователей). Таким образом, издатели лучше всех могут способствовать успешному развитию игровой экосистемы.

Однако существует мнение, что фактическая монополия отдельных издателей на свои игры – не оптимальный подход для рынка киберспорта. Специалисты, которые считают, что такая монополия создает риск, утверждают,

что интересы других заинтересованных сторон не всегда совпадают с интересами издателей. Они полагают, что необходимо уравновешивать влияние издателя, чтобы защищать интересы и инвестиции сторонних заинтересованных лиц.

Ряд сторон выступают за вмешательство регулирующих органов государства, которое может принимать две формы. Первая форма – индивидуальное регулирование (от мягкого вмешательства, ограничивающегося устранением недостатков существующей нормативной базы, до комплексных законодательных мер). Вторая форма – распространение на киберспорт нормативно-правовых положений, регулирующих традиционные виды спорта и тем самым включение его в сферу компетенции Международного олимпийского комитета (МОК).

В апреле 2021 года МОК опубликовал Олимпийскую повестку дня 2020+5, в которой проводится различие между виртуальными спортивными дисциплинами (т.е. виртуальными версиями признанных видов спорта) и видеоиграми. Хотя МОК признает важность видеоигр для привлечения молодежи к спорту, его рекомендации ясно показывают, что в центре его внимания находятся виртуальные виды спорта, за регулирование которых, по мнению Комитета, могут отвечать **международные федерации** (рекомендация №9). Из этой категории исключаются другие виды киберспорта, которые не являются виртуальными симуляторами традиционных видов спорта; к ним применяется другой режим регулирования.

В мае-июне 2021 года состоялась первая Олимпийская виртуальная серия. Игроки в виртуальном формате соревновались в различных видах спорта (бейсбол, велоспорт, гребля, парусный спорт и автоспорт) при участии пяти международных федераций, в чью сферу компетенции входят соответствующие виды.

Хотя роли и обязанности федераций на международном и национальном уровнях еще не определены, их участие усложнит экосистемы киберспорта. Почему? Во-первых, федерации неизбежно будут устанавливать для киберспортивных организаций дополнительные правила, а во-вторых, потому что руководящие и регулирующие обязанности федераций, которые возложит на них МОК, могут, если их тщательно не проработать, вызвать конфликты с издателями.

Спор между разработчиком/издателем Blizzard Entertainment и KeSPA – Корейской ассоциацией киберспорта, созданной правительством Южной Кореи для надзора за профессиональным киберспортом в стране, – позволяет понять, какие проблемы могут возникнуть. Спор касался управления правами на

телевизионную трансляцию видеоигры Starcraft, разработанную Blizzard. В итоге спор был урегулирован (на нераскрытых условиях), но только после того, как компания Blizzard подала в суд на KeSPA.

ПОДВЕДЕНИЕ ИТОГОВ

Киберспорт становится все более разнообразным и популярным, поскольку видеоигры становятся все более распространенным средством развлечения и общения молодежи.

Киберспорт – сложная экосистема, которой в прошлом управляли издатели, используя полномочия и гибкие возможности, которыми их наделяют законы об ИС и контрактное право, при минимальном вмешательстве (или его отсутствии) со стороны государства и государственных законов. Такая ситуация может создавать и зачастую действительно создает проблемы. Однако отсутствие специальных разработанных государственными органами правил оставляет судам и регулирующим органам возможность применять существующие нормы (например, обременительные нормы в отношении рекламных кампаний с использованием призов и азартных игр, в том числе «регулируемых» азартных игр), которые были разработаны до появления киберспорта. Такой подход порождает законодательный риск и может стать сдерживающим фактором для потенциальных инвесторов.

Кроме того, отсутствие специализированных национальных правил чревато возникновением в системе серьезных пробелов, например, в вопросах, касающихся «виз игрока». Такие вопросы возникают, когда игроки въезжают в другую страну для участия в киберспортивных соревнованиях. Профессиональные киберспортсмены формально являются работниками и должны соблюдать местное иммиграционное законодательство, для чего может понадобиться рабочая виза. Однако киберспортсмену зачастую не нужно, а то и невозможно получать «обычную» рабочую визу. Именно поэтому в традиционных видах спорта для профессиональных спортсменов действуют особые, упрощенные визовые правила. С другой стороны, включение видеоигр в сферу компетенции традиционных спортивных организаций может быть не вполне целесообразным, поскольку избыточная регуляция может противоречить интересам издателей.

Еще предстоит выяснить, как с точки зрения управления будет определяться роль международных и национальных спортивных федераций и какие правила будут применяться к киберспортивным играм, которые не являются виртуальными симуляторами видов спорта. Однако цель состоит в том, чтобы создать систему управления, которая будет выгодна для индустрии и будет уважать права ИС издателей, чтобы избежать споров, подобных делу Blizzard-KeSPA.

Цифровая экономика: поиск новых механизмов управления

Дзиро Кокурио, факультет государственной
политики, Университет Кейо, Токио, Япония

Расширение цифровой экономики заставляет задаться важными этическими вопросами об использовании и регулировании таких информационных технологий, как большие данные и искусственный интеллект (ИИ). Особенности быстро развивающейся цифровой экономики, описанные ниже, заставляют искать новые философские принципы разработки эффективных мер политики для регулирования цифровых технологий.

Сейчас, в период перехода от индустриальной экономики к цифровой, настало время вновь обратиться к философским основам современной рыночной экономики. В поисках новых подходов к регулированию цифровых технологий необходимо изучать разные подходы, в частности, обратить внимание на восточную философию, которая может дополнить и обогатить соответствующие подходы на благо всех. В частности, следует переосмыслить роль индивидуализма и современных институтов, функционирующих как производные структуры для обмена правами собственности, и отдавать предпочтение альтруистическому обмену данными в интересах общества. Важно также признать, что люди являются лишь одним из элементов мирового пространства, а не его центром.

ПОЧЕМУ ИНСТИТУТ ИНДУСТРИАЛЬНОЙ ЭКОНОМИКИ НЕ СПРАВЛЯЕТСЯ С РЕГУЛИРОВАНИЕМ ЦИФРОВОГО ПРОСТРАНСТВА

Цифровая экономика имеет как минимум три черты, отличающие ее от индустриальной; эти черты заставляют людей переосмысливать существующие институты с целью добиться их соответствия современным требованиям.

«Расширение цифровой экономики заставляет задаться важными этическими вопросами об использовании и регулировании таких информационных технологий, как большие данные и искусственный интеллект (ИИ)».

Во-первых, цифровая экономика меняется под воздействием сетевого эффекта данных, когда ценность данных возрастает экспоненциально по мере их объединения. Возьмем для примера отдельный фрагмент данных. Сам по себе он не несет большой важности, но ценен как составляющая набора данных, который демонстрирует определенные закономерности. Это означает, что организация, ответственная за сбор данных, имеет монопольное право на получение от них дохода. Поэтому, в частности, регулирование данных – критически важный вопрос для общества. Сетевой эффект данных доказывает необходимость обмена данными в обществе, а не утверждения права собственности на них и ограничения доступа к ним.

Второй отличительной чертой цифровой экономики является очень низкая предельная себестоимость цифровых услуг: издержки, связанные с добавлением нового пользователя на платформу, ничтожно малы по сравнению с фиксированными затратами на ее первоначальную разработку. На практике это означает расширение спектра онлайн-услуг, которые могут предлагаться бесплатно для привлечения пользователей на платформу. Этот аспект цифровой экономики приводит к сбоям в рыночном ценообразовании при распределении ресурсов, поскольку спрос на бесплатные цифровые услуги и их предложение находятся вне сферы контроля механизмов ценообразования, которые при промышленной экономике работали прекрасно.

Третьим отличительным фактором цифровой экономики является улучшенная возможность отслеживания товаров. Индустриальная экономика развивалась исходя из представления, что возможность отслеживания товаров массового производства, продаваемых неидентифицируемым клиентам в отдаленных районах, ограничена. Однако в настоящее время информационные технологии, в частности датчики, автоматические системы идентификации и беспроводные технологии, существенно расширяют возможности отслеживать и контролировать товары в цепочках поставок в различных отраслях промышленности при очень низких затратах. Благодаря этому продавцы могут отслеживать местонахождение любого продаваемого ими товара, а покупатели – находить первоначальных продавцов и контролировать путь товара.

Более точная отслеживаемость открывает возможности для совместного использованию товаров, управляемых с помощью механизмов контроля. Возьмем, к примеру, «экономику совместного пользования», где жилые помещения, автомобили и многое другое предлагаются в качестве услуг на основе подписки или на условиях аренды, а не путем обмена физических объектов на деньги. Таким образом, отпала необходимость в исключительной собственности на товары, обмениваемые на рынке, которая была доминирующей характеристикой индустриальной экономики.

Эти три фактора показывают, что для регулирования цифровой экономики уже недостаточно норм индустриальной экономики и в ней зарождаются новые мощные течения, которые заставляют переосмысливать философские основы современного общества.

ХАРАКТЕРИСТИКИ ИНДУСТРИАЛЬНОГО ОБЩЕСТВА

Для того чтобы осознать необходимость нового мышления, необходимо понимать, что такое индустриальное общество.

Массовое производство, ставшее возможным благодаря индустриальной революции, потребовало массового распространения товаров на крупных рынках. В отсутствие современных мощных коммуникационных технологий возникла так называемая «анонимная экономика», в которой преобладал обмен товаров на деньги между незнакомыми людьми, часто в отдаленных регионах. Для того чтобы анонимная экономика функционировала, было создано множество механизмов и институтов. основополагающими элементами индустриальной экономики были права собственности (исключительное право распоряжаться товаром) и рынок, которые использовались национальными государствами, обладающими большой властью, в качестве средства для гарантии их дальнейшего функционирования. Эти механизмы наряду с современными транспортными системами, которые повышали мобильность, были необходимы для экономической деятельности.

Со времен индустриальной революции для модернизации было нужно, чтобы товары, услуги и нематериальные активы, такие как знания, охранялись правами собственности. Эти права тесно связаны с ценностями индивидуализма, который занимает центральное место в западной философии, лежащей в основе индустриального общества и рыночной экономики. Философия индивидуализма предполагает, что независимый человек способен принимать самостоятельные решения и имеет право претендовать на результаты своей деятельности и нести ответственность за ее последствия. Отдельное лицо пользуется незыблемыми правами человека, включая

право на частную жизнь и права собственности, которые могут быть предметом рыночного обмена.

Однако появление ИИ и больших данных ставит под сомнение основные понятия индустриального общества, в частности, веру в то, что человек обладает монополией на интеллект.

РЕГУЛИРОВАНИЕ БОЛЬШИХ ДАННЫХ: РАСТУЩАЯ НАПРЯЖЕННОСТЬ

Основополагающая скрытая тенденция, появившаяся вследствие институциональных изменений, обусловленных развитием цифровой экономики, принимает разные формы. Например, в настоящее время Запад стремится разрешить проблему конфиденциальности данных и регулирования больших данных (огромных массивов данных, получаемых из множества источников разными пользователями в онлайн-режиме).

В индустриальном обществе решение проблемы строится на необходимости сбалансировать использование данных в коммерческих целях с социальным благом в форме защиты частной жизни и достоинства личности. В этом контексте частная жизнь тесно связана с индивидуалистическими ценностями современного западного общества и считается одним из прав человека.

Но в восточной философии, в основе которой лежит взаимное доверие между людьми, данные рассматриваются не как частный актив, подлежащий коммерческому обмену, а как коллективный ресурс, служащий общему благу, а лица, участвующие в их формировании, пользуются уважением, защитой и получают вознаграждения.

Возможно, традиционные альтруистические восточные философии конфуцианства, буддизма и анимизма предлагают более действенный способ управления и обмена данными, направленный на поддержку и защиту достоинства людей. Исходя из концепции фидуциарной ответственности можно предположить, что между восточной и западной философией есть точки соприкосновения в этом вопросе.

РЕГУЛИРОВАНИЕ ИИ: РАЗЛИЧНЫЕ ТОЧКИ ЗРЕНИЯ

Ту же параллель можно провести, рассматривая вопросы регулирования ИИ и понятия «разум» и «автономия», особенно в отношении машин. В западной философии человек ставится выше других существ (и машин) благодаря человеческому разуму, или интеллекту, и вытекающей из него автономии.

С учетом этого фактора перспектива появления «общего искусственного интеллекта», подобного человеческому

или, возможно, даже превосходящего его, становится серьезной угрозой для господства человека над миром. Здесь восточная анимистическая традиция, в которой человек считается неотъемлемой частью природы, также предлагает достойный внимания альтернативный взгляд.

Жители Азии гораздо лояльнее относятся к роботам, воспринимая их как равных существ, дружественных людям, обладающих разумом и эмоциями. На Западе роботов и андроидов воспринимают совершенно иначе; здесь обычно предполагаются отношения «хозяин – раб», причем любое изменение этих отношений считается угрозой.

РАЗМЫШЛЕНИЯ ОБ ОПЫТЕ ЯПОНИИ

Япония стала первой азиатской страной, принявшей западную философию индивидуализма. Начиная с XIX века страна приняла западные технологии и правовые нормы, в том числе в отношении интеллектуальной собственности, и стала влиятельной промышленной державой. Но в цифровую эпоху старая стратегия кажется не столь эффективной: другие азиатские страны догнали, а в некоторых случаях и перегнали Японию в области развития цифровых технологий. В итоге появилось мнение, что для успешного развития цифровой экономики необходим подход, кардинально отличающийся от принятого в индустриальную эпоху.

Поразительный успех Китая в цифровой сфере, подкрепленный конфуцианскими и марксистскими традициями, стал дополнительным аргументом в пользу того, что управление данными с опорой на традиционную восточную философию может оказаться более эффективным. Этот новый взгляд диктует необходимость создать общую основу для выработки общепринятых ценностей, которые будут использоваться при разработке механизмов управления для зарождающегося цифрового общества. Как отмечалось ранее, начать движение к этой цели можно с принятия концепции фидуциарной ответственности.

ПОРА СОЗДАТЬ НОВУЮ ПАРАДИГМУ, ВЫХОДЯЩУЮ ЗА РАМКИ ИНДИВИДУАЛИЗМА

Есть веские основания полагать, что рыночный механизм управления индустриальной экономикой должен претерпеть изменения, чтобы соответствовать экономическим и технологическим реалиям развивающейся цифровой экономики.

Уже сейчас появились новые цифровые бизнес-модели, такие как подписка и совместное использование, предполагающих предоставление прав доступа к тем или иным товарам для их использования «доверенным лицам» в электронных сообществах по лицензии. Эти бизнес-модели противоположны моделям индустриальной рыночной экономики, в которой частные лица и корпорации анонимно обменивают права собственности (т.е. исключительные права распоряжения) на деньги.

На рис. 1 наглядно показана структура экономики в мире с улучшенной прослеживаемостью, где каждый обладает благом (включая данные), полезным для других, и участвует в создании права на использование этого блага. В так называемой «экономике в складчину» такое совместное использование физических

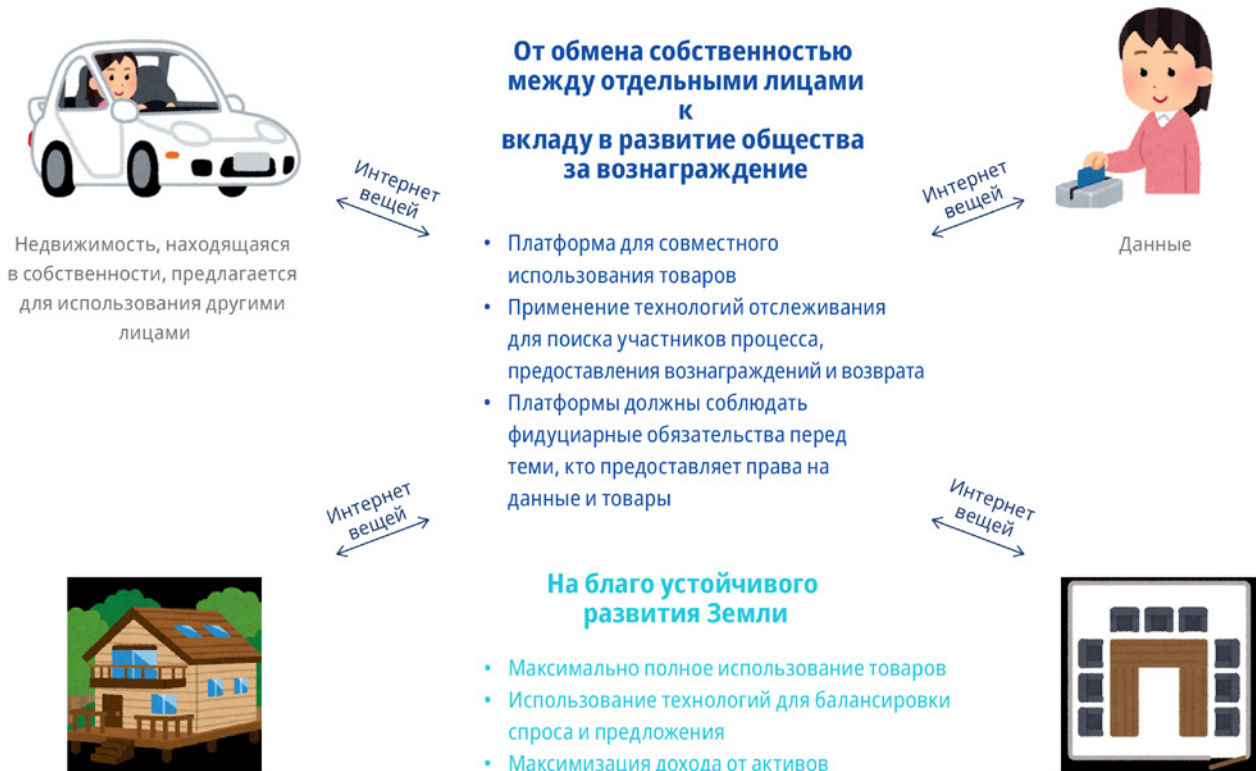


Рисунок 1. От экономики товарообмена к экономике «в складчину». Примечание: Термин «экономика в складчину» используется в блоге Тимоти Нэша.

благ (и данных) отслеживается и вознаграждается обществом. В этой модели сохраняется понятие собственности, поскольку платформы, координирующие выдачу лицензий, несут фидуциарную ответственность за защиту интересов своих участников или доверенных лиц.

КИБЕРЦИВИЛИЗАЦИЯ: ВЗГЛЯД С ВОСТОКА

В период, когда директивные органы, берущие за основу западную философию индивидуализма, думают, как решать проблемы развивающегося цифрового общества, в разработке принципов философии и этики, которые будут использоваться в регулировании развивающихся цифровых общественных структур, может помочь азиатская альтруистическая философия. Конфуцианство, буддизм и анимизм – разные религиозные течения, но каждое из них предполагает уважительное отношение к доверию, которое люди оказывают социальному субъекту или институту. Такой взгляд противоположен акценту на защите прав личности, характерному для западного мышления.

Эти различия проявляются и в подходе к личным данным. На Западе нарушение неприкосновенности частной жизни является нарушением прав человека, который должен распоряжаться своими личными данными. В восточной же философии неправомерное использование персональных данных, которые уполномочена хранить платформа, воспринимается как предательство оказанного ей доверия. Различия в этих подходах на первый взгляд малозаметны; но они оказывают существенное воздействие на то, как разрабатываются механизмы управления.

В рамках западного подхода акцент делается на том, чтобы сбор данных и управление ими соответствовали «желанию» лиц, предоставляющих данные, и чтобы они сохраняли контроль над этими данными, в то время как в рамках восточного подхода акцент делается на защите и использовании данных таким образом, чтобы они отвечали интересам лиц, доверивших данные, независимо от наличия явных разрешений на сбор и управление ими.

В рамках этой дискуссии также поднимается вопрос о признании ответственности. При обсуждении в области регулирования ИИ часто поднимается вопрос о том, справедливо ли продолжать возлагать полную ответственность за неисправность технических объектов на человека.

Принятое на Западе мнение, что человек обладает монополией на автономию и интеллект, наделяет его абсолютной властью над всеми техническими объектами и ответственностью за них, что отражено в законах об ответственности за продукцию в различных западных гражданских и уголовных правовых системах.

Этому мнению противопоставляется принятое в Азии мудрое представление о связи человека с природой, которое можно взять за основу. Почему? Дело в том, что со временем машины неизбежно будут наделяться способностями, как минимум подобными интеллекту. Поэтому необходимо подготовиться к тому, чтобы признать личность машин, чтобы позволить им так тесно взаимодействовать с людьми.

ПЕРЕХОД К ОБЩЕПРИНЯТЫМ ПРИНЦИПАМ, ОСНОВАННЫМ НА ДОВЕРИИ

Цель изучения разных точек зрения Востока и Запада состоит в том, чтобы найти точки соприкосновения для разработки новых этических норм, актуальных для нового мира, где важную роль играют данные. В обоих подходах признается важность фидуциарной ответственности, и это оптимальная отправная точка для разработки эффективных, действующих на благо всех механизмов регулирования данных, в основе которых будет лежать принятая в демократическом обществе система сдержек и противовесов. Я надеюсь и верю, что человечество достаточно разумно, чтобы разработать такую систему и цивилизованно использовать созданные им огромные технические возможности.

Эта статья – сокращенная и измененная редакция статьи Кокурио, Дз. «Азиатский взгляд на управление киберцивилизацией». Electron Markets (2022).

Построение устойчивого будущего в Новой Каледонии с использованием традиционных знаний

Ребекка Фердерер, Отдел традиционных знаний ВОИС

«Более 90 процентов видов наземной, растительной и морской среды эндемичны для Новой Каледонии», – отмечает Субама Мапу. «Как показывают результаты библиографического анализа, который я провела в рамках своего исследования, местные коренные народы обладают обширными знаниями о более чем 1 200 видах растений», – добавляет она.



Фото: Квентин Фарнер / Unsplash

Субама Мапу черпает вдохновение в обширных ресурсах Новой Каледонии, разрабатывая инновационные растительные продукты с опорой на традиционные знания коренных народов, живущих на этой территории. Мапу – молодая представительница коренной народности канак, входящей в племя уния, проживающее на территории под управлением вождя Джавари, получила эти знания от своей семьи еще в детстве. Предки ее семьи – древний род традиционных целителей. Мапу увлеченно рассказывает о важности своей работы по поддержанию средств к существованию коренных народов, а также о своем стремлении помочь в разработке уникальной правовой базы, которая защитит традиционные знания архипелага и обеспечит коренному населению возможность получать выгоду от их использования на справедливой основе.



Семинары, организованные Субамой Мапу и ее коллегами, помогают женщинам и мужчинам возрождать традиционные практики с использованием знаний и развивать навыки в области традиционных ремесел, а также рыболовства и охоты.



Фото: предоставлено Субамой Мапу



«Мы – люди, и нам нужно уважать природу и прислушиваться к ней. Я надеюсь, что мы изменим подход к потреблению. От этого зависит будущее благополучие наших детей».

Как вы начали заниматься биологией растений?

Растениями я интересовалась всегда. Знания о лекарственных растениях и их использовании мне передали члены моей семьи, в том числе мой прадед Ума Мапу, которому сейчас 109 лет, традиционный целитель, и моя бабушка. В университете я изучала биологию растений и микробиологию в том числе потому, что пообещала своей семье продолжить ценные исследования в области традиционных знаний о растениях, а также защищать эти знания и передавать их будущим поколениям. Сейчас я работаю над докторской диссертацией по фитохимии и этнофармакологии в Университете Новой Каледонии. Я хочу содействовать устойчивому управлению природными ресурсами Новой Каледонии, расширению использования традиционных знаний архипелага и созданию уникальной правовой базы, которая защитит традиционные знания нашего коренного населения и обеспечит его представителям возможность извлекать выгоду из их использования на устойчивой и справедливой основе.

Почему вам так нравится работать с природными ресурсами Новой Каледонии?

Больше всего в работе с природными ресурсами Новой Каледонии меня восхищают богатство биоразнообразия архипелага и огромный массив традиционных знаний, связанных с их использованием. Более 90 процентов видов наземной, растительной и морской среды эндемичны для островов. Как показал библиографический анализ, который я провела в рамках своего исследования, местные коренные народы обладают обширными знаниями о более чем 1 200 видах растений.

Расскажите подробнее о важности традиционных знаний для канаков.

Археологические находки показывают, что канаки живут в Новой Каледонии уже 4 000 лет. Территория разделена на восемь районов; где распространены 28 коренных языков. Местное население использует знания о растениях уникальных таксономических групп, произрастающих на островах, чтобы решать, как их использовать. Эти знания, накапливавшиеся веками, передавались из поколения в поколение традиционными целителями, такими как мой прадед.

В преамбуле Хартии народа канаков говорится: «Меланезийцы, как и другие коренные народы мира, имеют свое видение мира, свое отношение к космосу, свою социальную организацию и обычаи, которые направлены на постоянный поиск баланса и гармонии». Такая концепция взаимоотношений с природой позволяет

коренным народам оставаться стойкими перед лицом новых проблем и адаптироваться к ним; таких взглядов придерживается и мой народ.

Расскажите подробнее о вашей компании, Gardenia Cosmétique.

Создание продуктов из природных ресурсов начинается с повышения осведомленности общественности. Я создала компанию Gardenia Cosmétique, чтобы получить от своих исследований практический результат. Люди хотят покупать оригинальные товары и получать гарантию качества. Моя цель – рассказывать о биоразнообразии и традиционных знаниях Новой Каледонии, используя навыки и опыт, которые я приобрела в этой области, чтобы с использованием сырья из региона создавать нужные потребителям продукты повседневного использования максимально экологично.

Продукция Gardenia Cosmétique производится только из натуральных ингредиентов, ее качество гарантируется научными исследованиями, а при ее изготовлении применяется усовершенствованный традиционный метод экстракции, позволяющий стабилизировать активные молекулы, содержащиеся в ингредиентах. Был заключен ряд соглашений с различными ассоциациями производителей – представителей коренного населения, которые производят необходимое сырье в соответствии с принципами справедливой торговли и устойчивого развития. Я стремлюсь уважать права местных коренных народов, поэтому наша продукция производится на принципах справедливой торговли. Извлекая из этих продуктов коммерческую прибыль, мы также уважаем права местных производителей – представителей коренных народов и помогаем распространять их традиционные знания и опыт.

В чем коммерческие преимущества вашей продукции?

Продукция из синтетических молекул используется повсеместно; однако она может вызывать кожные заболевания, такие как экзема и псориаз. Современные потребители нуждаются в натуральных продуктах, которые отвечают их личным потребностям. В этом преимущество товаров Gardenia Cosmétique: наши продукты натуральны и обладают успокаивающим эффектом, что помогает клиентам лечить кожную аллергию. Мы продаем нашу продукцию с начала 2020 года и наблюдаем значительный рост спроса.

Где находятся ваши целевые рынки?

Сейчас наш основной рынок – Новая Каледония. У нас есть бутик на севере архипелага. В 2021 году мы

приняли участие в крупных местных мероприятиях, включая Тихоокеанскую ярмарку и женскую ярмарку, которые посетили 20 000 человек со всей Новой Каледонии. Нашу продукцию также можно приобрести через Интернет на портале Nakira.shop, платформе для электронной торговли, где продаются натуральные продукты и товары ручной работы со всех островов Тихого океана. Мы также планируем создать собственный веб-сайт, который поможет нам выйти на европейские рынки.

В основном мы ведем свою деятельность на севере острова, где возделываем сад лекарственных растений и развиваем собственную лабораторию, необходимую для масштабирования производства, и школу для наших семинаров. Благодаря этому мы поддерживаем тесный контакт с ассоциациями производителей, действующими в отдаленных коренных сообществах на севере. У нас также есть производственные площадки на юге, благодаря чему мы можем получать сырье из этой части Новой Каледонии.

Как получилось, что вы решили изучать ИС?

Традиционные знания, которые передал мне мой прадед, являются ценным инструментом для борьбы с изменением климата и должны развиваться в сотрудничестве с коренными народами, которые владеют этими знаниями. В 2010 году, задолго до того как я начала собственное дело, я внимательно следила за ходом переговоров, по итогам которых в Конвенцию о биоразнообразии был включен Нагойский протокол. Этот процесс показал важность устойчивого использования генетических ресурсов и связанных с ними традиционных знаний и побудил меня задуматься о том, как защитить разработанный мною экологичный метод экстракции. С его помощью можно получать высококачественные натуральные продукты, которые соответствуют требованиям ERI 360 – знака экологичной экстракции для косметики, введенного в 2018 году во Франции.

В тот год компания Gardenia Cosmétique заняла первое место на Инновационном форуме для зарубежных стран, церемонию награждения на котором проводил президент Макрон. Это стало стимулом для подачи заявки на участие в Программе обучения, наставничества и поиска партнеров в области интеллектуальной собственности для женщин-предпринимателей из числа коренных народов и местных сообществ ВОИС, которая помогла мне узнать больше о правах ИС, о том, как разработать мою бизнес-модель и как представлять наше культурное наследие на рынке. Сейчас нашей основной целью является укрепление бренда Gardenia Cosmétique.

Каким бы вы хотели видеть развитие системы ИС?

Я бы хотела, чтобы появился международный закон, охраняющий традиционные знания. Для будущих поколений всех народов принципиально важно заботиться о натуральности продуктов. Современная модель потребления должна быть сбалансирована с учетом таких глобальных проблем, как изменение климата. Мы – люди, и нам нужно уважать природу и прислушиваться к





Фото: предоставлено Субамой Ману

Подход на основе уникальных правовых механизмов

В ряде стран приняты специальные правовые механизмы, содержащие положения об интеллектуальной собственности (ИС) и подобные им положения. Такие специальные режимы обеспечивают защиту от неправомерного использования или незаконного присвоения традиционных знаний, в том числе связанных с генетическими ресурсами, и традиционных выражений культуры.

С подборкой документов ВОИС по уникальным правовым механизмам можно ознакомиться по адресу: www.wipo.int/tk/en/databases/tklaws/

Межправительственный комитет ВОИС по интеллектуальной собственности, генетическим ресурсам, традиционным знаниям и фольклору (МКГР)

МКГР продолжает вести переговоры в целях принятия международно-правового документа (или документов) об интеллектуальной собственности, который обеспечит сбалансированную и эффективную охрану генетических ресурсов, традиционных знаний и традиционных выражений культуры.

Более подробная информация приводится по ссылке: <https://www.wipo.int/tk/ru/igc/>



ней. Я надеюсь, что мы изменим подход к потреблению. От этого зависит будущее благополучие наших детей.

Я бы хотела, чтобы существовала база данных природных ресурсов на местных языках Новой Каледонии, разумеется, при условии предварительного информированного согласия населения. Она обеспечит правительство информацией, необходимой для содействия устойчивому управлению этими ресурсами.

Расскажите подробнее о Канакском институте растений, ремесел и языков коренных народов (IKAPALA).

В 2017 году я стала одним из основателей IKAPALA – неправительственной организации, объединяющей всех, кто стремится укреплять и защищать традиционные знания канаков. Она выступает связующим звеном между государственными органами, научными организациями и хранителями традиционных знаний. К решению создать IKAPALA меня привело увлечение темами растений и охраны связанных с ними традиционных знаний. Когда я начала ездить по стране, я встретила много женщин, сторонников традиций, целителей и молодых людей, которые были разъединены. Мы создаем связь между ними с помощью IKAPALA, чьими задачами являются обеспечение единства, простоты и уважения, и укрепляем свою способность сохранять наше нематериальное и духовное наследие.

IKAPALA проводит в Новой Каледонии различные мероприятия, посвященные вопросам пополнения, передачи и охраны традиционных знаний о растениях. Кроме того, Институт создает благоприятные условия для сотрудничества между хранителями этих знаний и заинтересованными третьими сторонами, такими как исследователи и компании, уважающие права коренных народов, особенно канаков. Сегодня в IKAPALA входит около 40 ассоциаций женщин из всех восьми районов Новой Каледонии.

Какое влияние оказывают эти мероприятия?

После нескольких лет работы по повышению осведомленности наши усилия по созданию IKAPALA и Gardenia Cosmétique наконец-то приносят результаты.

Например, IKAPALA в партнерстве с компанией регулярно проводит бесплатные семинары, на которых я делюсь своими знаниями и опытом в сфере традиций с женскими ассоциациями коренных народов по всей Новой Каледонии. Здесь женщины учатся использовать эндемичные растения архипелага и связанные с ними традиционные знания для изготовления и продажи собственных органических товаров, включая мыло, гели алоэ вера и кокосовое масло холодного отжима, которые стали для них надежным источником дохода.

Семинары помогают женщинам и мужчинам возрождать **помогают женщинам и мужчинам возрождать традиционные практики с использованием знаний и развивать навыки в области традиционных ремесел, рыболовства и охоты**. Растет количество молодых людей, которые ценят и возрождают свою культуру. ИС – важный инструмент, помогающий им получать доход от использования этих знаний и тем самым улучшать свое материальное положение. Я горжусь тем, что могу вносить вклад в построение более устойчивого будущего для следующего поколения жителей Новой Каледонии.

Чем вы объясняете успех Gardenia Cosmétique и IKAPALA?

Добиться таких результатов мне помогли увлеченность традиционными знаниями и твердое намерение добиваться устойчивого управления природными ресурсами Новой Каледонии посредством сотрудничества, построенного на взаимном уважении. Наш успех был построен на уважении к культурному разнообразию и стремлении прилагать совместные усилия во имя общей цели. Восемь территорий объединились под эгидой IKAPALA, чтобы охранять традиционные знания и разрабатывать методы охраны биоразнообразия региона.

В 2016 году, когда мы начинали свою деятельность, нам помогали партнерские ассоциации и народные организации Большого Юга. В 2019 году к нашей работе присоединился Народный сенат Новой Каледонии, который планирует принять конвенцию по охране традиционных знаний. Это была очень радостная новость. Мы продолжаем обсуждать с правительственными учреждениями, как создать структуру, которая охраняла бы традиционные знания Новой Каледонии и наряду с



Фото: предоставлено Субамой Мапу

Программа по предпринимательству для женщин из числа коренных народов и местных сообществ

Организованная ВОИС Программа обучения, наставничества и поиска партнеров в области интеллектуальной собственности для женщин-предпринимателей из числа коренных народов и местных сообществ нацелена на развитие среди женщин предпринимательства, инноваций и творчества, связанных с традиционными знаниями и традиционными выражениями культуры. Программа призвана укрепить потенциал женщин-предпринимателей – представительниц коренных народов и местных сообществ по обеспечению стратегически ориентированного, эффективного использования инструментов интеллектуальной собственности в интересах развития их предпринимательских инициатив.

С 2019 года из сотен претендентов на участие в программе было отобрано почти 50 женщин-предпринимателей. Среди них были ремесленники, дизайнеры, артисты, исследователи, целители или мелкие фермеры, которые планируют или уже начали проект или свое дело с опорой на традиционные знания и/или традиционные выражения культуры.

«Растет количество молодых людей, которые ценят и возрождают свою культуру. ИС – важный инструмент, помогающий им получать доход от использования этих знаний и тем самым улучшать свое материальное положение».

этим обеспечивала местному населению возможность получать выгоду от использования таких знаний на справедливой и равноправной основе. Наша конечная цель – добиться принятия уникального национального закона об охране традиционных знаний.

Каким будет ваш следующий проект?

Мой следующий профессиональный проект – разработка новых и натуральных активных ингредиентов, ориентированных на индустрию косметики класса люкс и на компании, которые с уважением относятся к коренным народам и готовы содействовать устойчивому развитию. Еще одна область, где мы хотели бы шире использовать наши целебные рецепты – пищевые добавки. Моей целью также является разработка партнерских проектов, направленных на содействие устойчивому управлению природными ресурсами. Кроме того, я хочу, чтобы IKAPALA в сотрудничестве с правительством Новой Каледонии и Народным сенатом учредил организацию, которая будет заниматься охраной традиционных знаний страны. Наконец я планирую создать школу для канаков, чтобы продолжать обучать их охране и популяризации традиционных знаний и культурного разнообразия Новой Каледонии.

Что Вы можете посоветовать молодым представителям коренных народов?

Я всегда буду помнить слова моего прадеда: «Что бы ты ни делала, какие бы степени ни получала, каких бы людей ни встречала, никогда не забывай о своих культурных корнях».

Поэтому мой совет: уважайте свои ценности и рассказывайте о них с непоколебимым энтузиазмом, смирением и решимостью. Это будет нелегкий путь, но когда вы достигнете своих целей, вы будете вознаграждены так, как даже не ожидаете.

Сохранение культурного наследия Сербии: ковры- «килиммы» из Пирота

Владимир Марич, директор Ведомства интеллектуальной собственности Республики Сербия

Товары с географическим указанием места происхождения обязаны своими особыми характеристиками местности, в которой они произведены. В их основе лежат многовековые традиции жителей конкретной местности, которые передавали свои знания и навыки из поколения в поколение. Ковры, или «килиммы», произведенные в Пироте, городе на юго-востоке Сербии, создаются в одной из таких традиций; в них воплощены богатое культурное и историческое наследие живущих в городе ковроделов и ценность этого ремесла, которое заслуживает сохранения и популяризации. Именно поэтому 18 июня 2012 года решением Национального комитета по нематериальному культурному наследию Республики Сербия ремесло ковроделов из Пирота было включено в Национальный список нематериального культурного наследия Республики Сербия под охраной ЮНЕСКО.

КРАТКАЯ ИСТОРИЯ «КИЛИМОВ» ИЗ ПИРОТА

Кооператив ковроделов из Пирота, первое организованное предприятие по производству этих ковров, был основан 122 года назад, но «килиммы» в Пироте ткнут с IX века н.э. «Килиммы» из Пирота с их яркими красочными узорами славятся во всем мире своей красотой и качеством.

Эти высококачественные ковры получили мировое признание в конце XIX – начале XX века, когда они завоевали высшие награды на Всемирных выставках в Лионе в 1894 году и в Льеже в 1905 году. После этого они появились на американском и британском рынках. Как пишет в своей книге «Ковер из Пирота» сербский автор Жикич Виткович, когда в 1907 году в Лондоне проходила Выставка Балканских государств, газеты писали: «Во дворце королевы все в восторге от непревзойденных килимов из Пирота! Англичане поражены и восхищены».

После Первой мировой войны (1914-1918 годы) были установлены стандарты качества, для производства «килимов» из Пирота, подобные тем, которыми регулируется современное географическое указание. В 1925 году был учрежден

Оценочный совет Кооператива ковроделов из Пирота. Он отвечал за обеспечение соответствия узоров, цветов и материалов, используемых для изготовления ковров, установленным стандартам.

В годы между Первой и Второй мировыми войнами Кооператив ковроделов из Пирота получил более 50 международных и внутренних наград и премий, в том числе на Международной выставке искусства и техники в Париже в 1937 году. С середины 1950-х до середины 1960-х годов ковроткачество в Пироте продолжало процветать: заказы поступали из Австрии, Финляндии, Японии, Италии, Нидерландов, Швейцарии и Западной Германии.

Как и раньше, производители «килимов» используют для их изготовления самую качественную шерсть. Основа для ковров (продольные нити) изготавливается из белой шерсти овец породы праменка, которые пасутся на полях вокруг Пирота; в настоящее время им угрожает исчезновение. Для стандартного «килима» из Пирота (размерами 1,4 x 2 метра) требуется шерсть как минимум девяти овец этой породы. Их шерсть, как правило, высококачественная, длинная и легко поддающаяся обработке. В среднем на 100 килограммов пряжи уходит 300 килограммов сырой шерсти. Эта высококачественная пряжа делает «килимы» долговечными.

ГЕОМЕТРИЧЕСКИЕ УЗОРЫ, КОТОРЫЕ НЕ ВЫХОДЯТ ИЗ МОДЫ

Древние узоры, вытканые на «килимах» из Пирота, повторяют узоры, которые наносились на древнеегипетскую керамику, кипрские вазы и встречаются даже на коврах североамериканского племени навахо. Это свидетельствует о разнообразных влияниях, которые формировали эту традицию на протяжении веков. Симметрично расположенные четкие геометрические фигуры и узоры неподвластны времени. Используемые в «килимах» графические мотивы в основном представляют собой абстрактные, причудливые формы; также на них изображаются природные явления, а иногда – и религиозные символы. Красные, синие и зеленые оттенки, главным образом используемые при их изготовлении, завораживают.

Сербские ковроделы традиционно дают волю фантазии, создавая узоры, формы и цвета, которые делают «килимы» из Пирота произведениями уникальной красоты, не теряющими актуальности и по сей день. Многие века эти ковры украшали дворцы и дома высокопоставленных чиновников и культовые сооружения.

ЖЕНЩИНЫ КАК НОСИТЕЛИ ТРАДИЦИИ ИЗГОТОВЛЕНИЯ «КИЛИМОВ»

Эти ковры, которые являются ярким символом сербской народной традиции, обычно изготавливаются женщинами, часто живущими в тяжелых условиях, которые учатся своему ремеслу у предыдущих поколений. Изготовление «килимов» остается тяжелым трудом. В среднем современная работница кооператива «Женское сердце» (это единственное лицо, которому разрешено использовать географическое указание (ГУ) «Килим из Пирота») тратит 176 часов (8 часов в день, 22 дня в месяц), чтобы соткать всего 0,8 м² полотна.



Фото: © Славница Чирин

В 2003 году Ведомство интеллектуальной собственности Сербии признало «килим из Пирота» географическим указанием (ГУ). ГУ распространяется на ковры-«килимы», покрывала для кроватей, шторы, портьеры и другие текстильные изделия для дома.





Фото: © Славия Чирин

Как правило, ковры ткют женщины, которые учатся этому ремеслу у женщин предыдущих поколений. Изготовление «килимов» из Пирота – тяжелый труд, но, к счастью, женщины, которые ткют «килимы» сегодня, находятся в лучшем положении, чем их мамы и бабушки.

«Регистрация ГУ помогает сохранять традиции страны и защищает мастеров, имеющих право на использование маркировки ГУ, от ее несанкционированного использования».



К счастью, женщины, которые ткут «килимы» сегодня, находятся в лучшем положении, чем их мамы и бабушки. Это очень важно для привлечения к ремеслу новых мастериц и для сохранения производства этих радующих глаз ковров.

Директор кооператива «Женское сердце» Славица Чирич объясняет, что нужно, чтобы изготавливать «килимы из Пирота» сегодня:

«Женщина, которая хочет заниматься ковроткачеством, должна обладать способностями к этому ремеслу и быть очень искусной. Она должна иметь наследственную склонность к занятиям искусством и быть очень внимательной, потому что весь день она считает, планирует, делает логические умозаключения и математические вычисления. Кроме того, она должна обладать способностью запоминать, не делать записи, а запоминать, потому что то, что нужно постоянно держать в голове, невозможно записать. И наконец, главное, она должна иметь хорошее здоровье, потому что во время работы она сидит на низкой скамье у ткацкого станка, согнув ноги, с прямой спиной, и постоянно перебирает пальцами, при этом на пальцах у нее могут появляться порезы от тонких нитей основы из шерсти праменки.

СОЗДАНИЕ «КИЛИМОВ ИЗ ПИРОТА»

Уже более века «килим из Пирота» ткут как единое полотно на вертикальных станках, независимо от его размера. В процессе работы ткацкий станок периодически поворачивается. То есть мастерица никогда не видит проделанную работу полностью и вынуждена представлять себе сложные узоры, которые вплетаются в ковер, по памяти. Ткачихи работают на коленях и не используют никаких инструментов, кроме колотушки, которой прибавляют уточные нити. Как правило, обе стороны ковра одинаковы по качеству и красоте.

В 2003 году Ведомство интеллектуальной собственности Сербии признало «килим из Пирота» географическим указанием (ГУ). ГУ распространяется на ковры-«килимы», покрывала для кроватей, шторы, портьеры и другой домашний текстиль. Благодаря регистрации ГУ ковры и другие домашние текстильные товары, произведенные в Пироте, стали интеллектуальной собственностью жителей этого вошедшего в историю города.

ПРЕИМУЩЕСТВА СЕРТИФИКАЦИИ, ДАЮЩЕЙ ПРАВО ИСПОЛЬЗОВАНИЯ ГУ

После сертификации, дающей право использования ГУ, только «килим», изготовленный производителями, которым разрешено использование соответствующей маркировки, может продаваться как «килим из Пирота».

Подлинность и качество текстиля, отмеченного знаком ГУ, гарантированы. Таким образом, сертификация, дающая право использования ГУ, повышает доверие потребителей: покупатели могут быть уверены, что приобретают настоящий «килим из Пирота». Это выгодно местным производителям, так как повышает спрос на их высококачественные ковры на внутреннем и экспортном рынках и защищает их от подражателей – изготовителей некачественных ковров.

Сертификация помогает сохранять традиции страны и защищает мастеров, имеющих право на использование маркировки ГУ, от ее несанкционированного использования. Правовая защита не только препятствует пиратству, но и возлагает на всех авторизованных производителей обязанность обеспечивать соответствие продукции установленным стандартам качества.

При регистрации ГУ «килим из Пирота» Ведомство интеллектуальной собственности Сербии совместно с местными ткачами разработало «Книгу спецификаций», в которой описано, что по сути представляет собой «килим из Пирота» и какие элементы делают его уникальным изделием народного творчества. Это, в частности, способ плетения, качество шерсти, используемой для основы, узоры, характерные для ковров, а также цвета, используемые для нитей основы, обязательное изготовление на вертикальном станке стоя на коленях, контроль качества и многое другое.

В прошлом каноны производства «килимов» диктовались традициями и неписаным законом ремесла ткачей, в результате чего качество продукции было неоднородным. Во многом благодаря сертификации на право использования ГУ сегодня «килимы из Пирота» производятся по единым стандартам качества.

Единственным лицом, которому разрешено использование ГУ «Килим из Пирота», в настоящее время является кооператив «Женское сердце». Многие бывшие пользователи потеряли свой статус. По неофициальным данным, это связано с высокой стоимостью сертификации и нежеланием придерживаться правил, регулирующих подготовку, производство и продажу сертифицированных изделий. Как можно предположить, с этой проблемой столкнулись и производители других товаров в Сербии, на которые выдается сертификат, дающий право использования ГУ. Но опыт производителей товаров, для которых регистрируется ГУ, по всему миру говорит о том, что правила, регулирующие использование ГУ, могут оказать положительное экономическое влияние на производство таких товаров, если они настолько тщательно проработаны, что соблюдение производителями условий использования дает им право на использование ГУ. Однако этого не произошло с

производством «килимов из Пирота», производство которых в настоящее время финансируется как из государственных, так и из частных источников.

Хотя спрос на эти изделия превышает возможности ткачей по их изготовлению, с 2009 года не появилось новых производителей, удовлетворяющих требованиям для получения разрешения на использование соответствующего ГУ. Это создает риск снижения устойчивости производства «килимов» в Пироте и заставляет серьезно задуматься над тем, что необходимо сделать для возрождения и сохранения этого ремесла.

«Цель нашей работы – сохранить ремесло изготовления ковров в Пироте путем устойчивого развития и расширения производства, чтобы доходы от продажи изделий можно было снова инвестировать в финансирование производства, а также в обеспечение ткачей достаточным вознаграждением за их труд», – говорит Чирич; кроме того, она подчеркивает необходимость организации учебных семинаров для нового поколения ткачей.

ГУ «Килим из Пирота» – составляющая национальной самобытности Сербии. Это изделие имеет отличную репутацию и обладает большой коммерческой ценностью. Активно рекламируя этот высококачественный текстиль, правительство поможет ткачихам из Пирота иметь более надежные средства к существованию и извлекать выгоду из своей работы. Кроме того, оно поможет сохранить это замечательное ремесло для будущих поколений. Сегодня многие страны активно разрабатывают стратегии по использованию экономических, социальных и культурных преимуществ продукции, которая может претендовать на охрану посредством ГУ. Сербия должна стать одной из них.

Фото © Славица Чирич



Единственный инструмент, используемый ткачами, – колотушка (слева), с помощью которой они прибивают уточные нити.

Китай использует блокчейн для развития системы «интеллектуальных судов»

Сюй Цзяньфэн, генеральный директор Центра услуг в области информационных технологий Народного суда Китайской Народной Республики

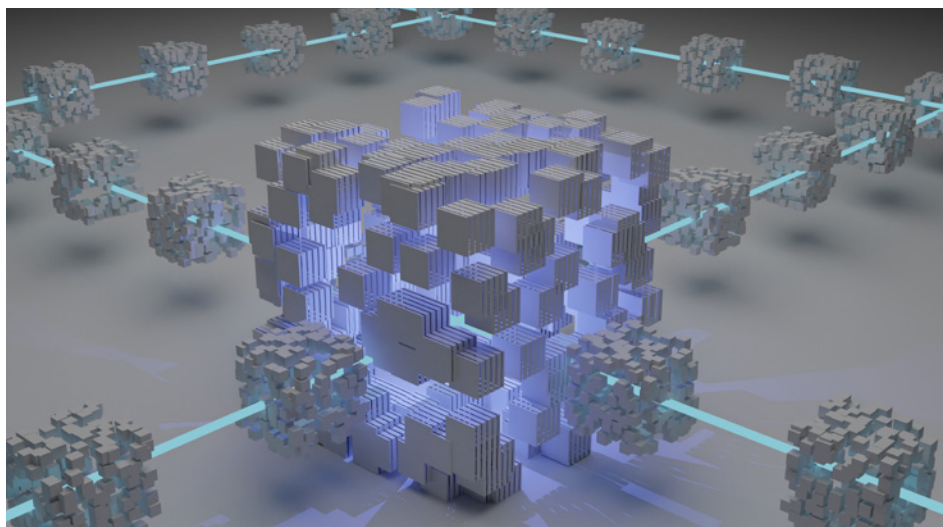


Фото: GuerrillaBuzz Crypto PR / Unsplash

В Постановлении Верховного народного суда Китайской Народной Республики, принятом в мае 2022 года, говорится, что общая цель применения блокчейна в судебной сфере заключается в создании к 2025 году взаимосвязанного «блокчейн-альянса», который повысит эффективность обмена информацией между народными судами и всеми сегментами общественной системы.

В мае 2022 года Верховный народный суд Китайской Народной Республики издал серию публикаций «Мнения о повышении эффективности применения блокчейна в судебной сфере» («Мнения»). Это важный шаг в деле содействия народным судам в расширении применения основных технологий, представленных блокчейном, с целью дальнейшего ускорения их цифровой трансформации, переводу цифрового правосудия на новый уровень и содействия развитию интеллектуальной правовой системы. Блокчейн – один из видов технологий распределенного реестра с защитой от несанкционированного доступа. Он обеспечивает возможность регистрации и распространения цифровых записей и транзакций без каких-либо изменений.

СОДЕЙСТВИЕ ВСЕОБЪЕМЛЮЩЕЙ ИНТЕГРАЦИИ ПРАВОВЫХ ПРОЦЕССОВ С БЛОКЧЕЙНОМ

Китай придает большое значение применению и развитию технологии блокчейн. Председатель КНР Си Цзиньпин подчеркнул необходимость ускорить развитие блокчейна и промышленных инноваций, а также активно содействовать ее интеграции в интересах экономического и социального развития. Китай имеет прочную основу для развития и применения технологии блокчейн в судебной сфере. Роль данной технологии как вспомогательного инструмента в этой сфере с течением времени изменяется.

С ее помощью Верховный народный суд построил интеллектуальную судебную систему более высокого уровня на базе единой судебной блокчейн-платформы, имеющей национальный охват. Технология блокчейн используется на платформе для обработки данных, таких как электронный следственный материал, электронные архивы, информация о расследованиях, осуществляемых правоохранительными органами, и контроле за их деятельностью, информация о жалобах и ходатайствах, журналы регистрации оперативной деятельности и многое другое. Единая

Единая судебная блокчейн-платформа Верховного народного суда предоставляет людям и судам всех уровней по всему Китаю доступ к централизованной системе хранения и проверки судебных данных.



Фото: предоставлено Верховным народным судом Китайской Народной Республики

судебная блокчейн-платформа представляет собой централизованную систему хранения и проверки судебных данных, которой могут пользоваться отдельные лица и суды всех уровней по всему Китаю. Ведется работа по активному изучению возможностей применения технологии блокчейн во всех местных народных судах. После всестороннего исследования и широкомасштабных консультаций и обсуждений Верховный народный суд сформулировал и издал «Мнения», призванные помочь в дальнейшем повышении эффективности применения блокчейна в судебной сфере и повысить его важность в судебной практике.

СОДЕЙСТВИЕ ПОСТРОЕНИЮ ПЕРЕДОВОЙ МОДЕЛИ БЛОКЧЕЙНА МИРОВОГО УРОВНЯ С ХАРАКТЕРИСТИКАМИ, АДАПТИРОВАННЫМИ К УСЛОВИЯМ КИТАЯ

В 32 пунктах семи частей сборника «Мнения» разъясняются общие требования, удовлетворение которых позволит повысить эффективность применения блокчейна в судебной сфере. Кроме того, в сборнике приводятся требования и меры, относящиеся к применению блокчейна и созданию соответствующих платформ. Помимо этого, в нем описаны типичные сценарии применения технологии, например, для повышения авторитета и эффективности судебной системы, расширения сотрудничества между судебными органами и организации общего руководства в экономической и социальной сферах.

ПРИМЕНЕНИЕ БЛОКЧЕЙНА В СУДЕБНОЙ СФЕРЕ: ОБЩИЕ ТРЕБОВАНИЯ

В «Мнениях» поясняются общие требования к применению блокчейна в судебной сфере и указывается, что задача заключается в создании взаимосвязанного «блокчейн-альянса», который повысит эффективность обмена информацией между народными судами и всеми сегментами общественной системы. Поставлена цель построить такой альянс к 2025 году.

При этом блокчейн будет всесторонне применяться в различных процедурах разрешения споров, судебных разбирательствах, при рассмотрении дел и в исполнительном производстве, а также в работе органов юстиции. Кроме того, взаимосвязанный судебный блокчейн-альянс станет неотъемлемой

частью экономических и социальных систем Китая и поможет сформировать передовую блокчейн-модель мирового уровня для судебной сферы, адаптированную к условиям Китая.

ОСНОВНЫЕ ПРИНЦИПЫ ФУНКЦИОНИРОВАНИЯ «БЛОКЧЕЙН-АЛЬЯНСА»

В «Мнениях» определены четыре основных принципа развития блокчейн-альянса:

- i. координация на основе закона и акцент на сотрудничестве и взаимосвязи;
- ii. поддержание открытости и обмена и приоритизация стандартов;
- iii. акцент на применении и оценке подходов к развитию на основе инноваций; и
- iv. обеспечение безопасности и надежности и особое внимание к поэтапному прогрессу.

ТРЕБОВАНИЯ К ПОСТРОЕНИЮ БЛОКЧЕЙН-ПЛАТФОРМ

В сборнике подчеркивается, что при построении своих блокчейн-платформ народные суды должны:

- i. усовершенствовать основную структуру применения блокчейна;
- ii. постоянно расширять возможности для многоцелевого использования технологии с целью наращивания сотрудничества;
- iii. расширять технические возможности судебной системы блокчейн;
- iv. создать интернет-платформу на основе блокчейна для проверки судебных данных;
- v. сформировать и оптимизировать стандартную систему.

В «Мнениях» предлагается создать открытую судебную блокчейн-платформу для совместного использования народными судами и ускорить формирование многоцелевого альянса для взаимодействия судебной блокчейн-платформы и всех других сфер в целях обеспечения всеобъемлющего синергетического эффекта на постоянной основе. Появление платформы на основе блокчейна для проверки судебных данных даст всем сторонам возможности проверять подлинность

данных, относящихся к медиации, электронному следственному материалу и судебным документам, а также других судебных данных.

ПРИМЕНЕНИЕ БЛОКЧЕЙНА В СУДЕБНОЙ СФЕРЕ: ТИПИЧНЫЕ СЦЕНАРИИ

Во «Мнениях» описываются четыре типичных сценария применения технологии блокчейн, при которых ее использование в судебной сфере расширится.

Во-первых, предлагается использовать возможность формировать с помощью блокчейна защищенные от несанкционированного доступа данные для повышения доверия к судебной власти путем предоставления технических гарантий безопасности судебных данных, достоверности электронного следственного материала, соблюдения процедур исполнительного производства и авторитета судебных документов.

Во-вторых, говорится, что применение блокчейна позволит оптимизировать рабочие процессы и повысить эффективность судебной системы, поскольку технология:

- i. обеспечивает возможность распространения и применения информации, связанной с регистрацией дел;
- ii. позволяет увязывать процедуры медиации и рассмотрения дел;
- iii. позволяет увязывать рассмотрение дел и исполнительное производство;
- iv. позволяет повышать эффективность исполнительного производства.

В-третьих, высказывается предположение, что подключение к блокчейну откроет возможности для более активного сотрудничества между судебными органами и облегчит такие процессы, как проверка квалификации юристов, сотрудничество между юридическими лицами при рассмотрении дел и межведомственное взаимодействие по вопросам правоприменения.

В-четвертых, высказывается мнение, что использование возможностей блокчейн-альянса с полной интеграцией, связанных со взаимным признанием и с обеспечением достоверности, поможет наладить общее руководство в экономической и социальной сферах. Таким образом, его применение обеспечит эффективную охрану интеллектуальной собственности, улучшит рабочую среду и повысит эффективность разработки и использования данных.

Цель «Мнений» – активно содействовать формированию многоцелевого совместного механизма с опорой на блокчейн-платформы для охраны интеллектуальной собственности, регулирования рынка, регистрации собственности, осуществления транзакций, владения данными, онлайн-торговли данными, функционирования финансовых учреждений и соответствующих государственных ведомств.

Брендинг нации: НЕ ТОЛЬКО СИМВОЛ

Патрисио Т. Мерфи, специалист по ИС и исследователь аналитического центра Red Argentina de Profesionales para la Política Exterior (Red APPE), Буэнос-Айрес, Аргентина

На первый взгляд концепция «брендинга» страны, или нации, может показаться простой. Брендинг нации обычно понимается как стратегия страны по созданию имиджа в других странах для достижения определенных положительных целей. Это понятие связано с концепцией «глобального рынка», на котором страны, города и регионы конкурируют друг с другом за привлечение наибольшего количества туристов, инвесторов, потребителей, студентов, мероприятий и так далее.

Однако создать «бренд» страны – непростая задача. Во-первых, имидж страны – это далеко не только сумма элементов, выделенных в ходе национальной брендинговой кампании, таких как дизайн, пейзажи, продукты и услуги, которыми знаменита страна. Идеи, которые сознательно или бессознательно выражаются брендом, не менее важны, чем общее восприятие страны целевой аудиторией. Разработчики стратегии брендинга далеко не всегда контролируют то, как формируется представление о стране.

Во-вторых, страна оценивается не только по ее экономической или коммерческой привлекательности. Не менее важно и то, что страна делает для улучшения качества жизни своих граждан, и то, какой вклад она вносит в благосостояние всего человечества за пределами своих границ.

НАЦИОНАЛЬНЫЙ БРЕНДИНГ: РАЗВИВАЮЩАЯСЯ КОНЦЕПЦИЯ

В ходе исследований концепции «брендинга» стран появился ряд развивающихся подходов. Пионером в этой области считается независимый политический консультант Саймон Анхольт. В 1996 году он ввел термин «бренд нации», указывая на то, что репутация страны действует примерно так же, как представляемые брендами образы компаний и продуктов. Таким образом, бренд страны может оказывать существенное влияние на ее процветание, благосостояние и эффективность ее управления.

Через несколько лет Анхольт выяснил, что концепция национального бренда была неправильно истолкована и искажена: возникло убеждение, что она подразумевает, что управление имиджем



Графическое изображение бренда нации – это самый прямой способ представить ее имидж и обозначить происхождение ее основных продуктов и услуг.

страны можно свести к ряду маркетинговых приемов. Поэтому Анхольт представил концепцию «конкурентной идентичности», предполагающую оценку идентичности страны (с признанием ее сильных и слабых сторон) и возможность изменения тех или иных моделей поведения и действий для улучшения такой оценки.

При этом подчеркивается, что имидж страны в большей степени связан с национальной идентичностью, политическими и экономическими аспектами конкурентоспособности, чем с методиками брендинга. С точки зрения концепции конкурентной идентичности имидж страны зависит не от того, что страна рассказывает о себе миру, а от того, что лежит в основе ее национальной идентичности, а также от ее действий и поведения по отношению к мировому сообществу в целом. Однако Анхольт отмечает, что международное восприятие страны может меняться в зависимости от того, как она адаптируется к новым сценариям и обстоятельствам и насколько оперативно реагирует на них.

Согласно критерию, введенному Анхольтом, такая адаптация предполагает многосторонний подход, при котором действия предпринимаются в разных сферах (экономической, политической, правовой, социальной и культурной). Это могут быть разработка и внедрение инновационных мер политики и законов, создание современных институтов, содействие развитию передовой науки и технологий, предложение инновационных продуктов и услуг, а также создание благоприятной инвестиционной и деловой среды.

Кроме Анхольта, свои точки зрения на этот вопрос выдвинули и другие авторы. Некоторые из них рассматривают национальный брендинг через

призму маркетинга и менеджмента, другие – с точки зрения международных отношений и народной дипломатии. Эти точки зрения все чаще высказываются в глобальных дискуссиях о брендинге наций.

ИЗМЕРЕНИЕ ИМИДЖА СТРАНЫ

Оценка имиджа страны – сложная задача. Необходимо учитывать множество экономических, политических, культурных и социальных факторов, включая восприятие страны заинтересованными сторонами во всем мире. Ситуация усложняется тем, что на мнения внешних заинтересованных сторон неизбежно влияют их происхождение, культура и опыт, поэтому они по определению необъективны. Несмотря на это, можно получить полезную информацию из различных индексов и отчетов. Ниже приводится краткий обзор наиболее широко известных из них.

Индекс бренда наций Anholt IPSOS был разработан в 2005 году, а с 2008 года измеряется совместно с компанией Ipsos, специализирующейся на глобальных рыночных и социологических исследованиях. Этот индекс был разработан одним из первых; он позволяет выполнять глобальную оценку страны по следующим шести критериям:

1. Экспорт – репутация продуктов и услуг, предлагаемых страной.
2. Туризм – уровень заинтересованности в посещении страны и ее природных и искусственных достопримечательностей.
3. Культура и наследие – ценность наследия нации и интерес к ее современной культуре, т.е. к музыке, искусству, кино, литературе и спорту.
4. Общее руководство – общественное мнение о компетентности и справедливости национального правительства, а также о его приверженности к делу решения глобальных проблем.
5. Люди – мировая репутация с точки зрения открытости, дружелюбия или толерантности.
6. Инвестиции и иммиграция – способность страны привлекать людей (или компании) для проживания (или поселения), работы или учебы, а также качество жизни и деловой среды в стране.

Индекс стран агентства FutureBrand – публикуется с 2005 года, охватывает 75 стран с самым высоким ВВП по данным Всемирного банка, которые анализируются по нескольким переменным, объединенным в две рубрики:

1. Цель – ценности страны, качество жизни и деловой потенциал.
2. Опыт – наследие и культура страны, туризм, продукты и услуги.

«Брендинг нации обычно понимается как стратегия страны по созданию имиджа в других странах для достижения определенных положительных целей».

Государства – члены ВОИС работают над охраной национальных брендов

Государства – члены ВОИС изучают широкий круг вопросов, связанных с охраной национальных брендов, в Постоянном комитете ВОИС по законодательству в области товарных знаков, промышленных образцов и географических указаний (ПКТЗ). С мая 2020 года по сентябрь 2021 года ПКТЗ провел обследование среди своих членов, чтобы выяснить, как определяются национальные бренды и какие стратегические аргументы лежат в основе их охраны, признания, владения и администрирования. Результаты показывают, что 58 процентов из 65 государств-членов, участвовавших в обследовании, приняли решение о создании национального бренда и еще 9 процентов из них планируют принять такое решение.

В качестве основных аргументов в пользу развития национального бренда респонденты назвали повышение узнаваемости страны (93 процента), популяризацию культуры, традиций и ценностей страны (91 процент) и содействие развитию туризма (91 процент). Кроме того, назывались такие аргументы, как увеличение экспорта (75 процентов) и привлечение инвестиций (73 процента). Более 80 процентов стран – участниц обследования заявляют о праве владения национальными брендами, как правило, через государственные или полугосударственные организации. Результаты обследования опубликованы в документе SCT/43/8 Rev.2. Дополнительную информацию можно получить в Секретариате ПКТЗ по адресу sct.forum@wipo.int.

Восприятие стран оценивается по таким же принципам, как восприятие потребительских и корпоративных брендов. Особое внимание обращается на социальное и экономическое положение страны и ее привлекательность с точки зрения инвестиций, торговли и туризма. В докладе FutureBrand 2019 года введена новая концепция «создание благоприятных условий в стране» (countrymaking), которая предполагает оценку стран в глобальном контексте и того, как на их показатели влияют новые технологии, изменение климата и гендерное неравенство. FutureBrand отмечает, что этот критерий позволяет получить представление о том, как страны реагируют на изменения в современном мире, достигают баланса и даже процветают в этих условиях.

В докладе о брендах наций агентства Brand Finance, который публикуется с 1996 года; измеряется финансовая ценность бренда страны в долларах США и даются рекомендации экспертов по повышению его ценности. Brand Finance рассчитывает свой рейтинг по методу освобождения от роялти. Ценность бренда рассчитывается по вероятным будущим доходам бренда исходя из предполагаемой ставки роялти. Иными словами, оценивается чистая экономическая выгода, которую владелец бренда мог бы получить, продавая лицензии на его использование на рынке. В докладе оценивается влияние имиджа страны на ее экономику в целом и на существующие в стране корпоративные бренды. В докладе приводятся данные о способности страны содействовать внутренним инвестициям и экспорту своей продукции и услуг, а также о ее способности привлекать туристов и квалифицированных мигрантов.

С 2020 года Brand Finance рассчитывает Глобальный индекс «мягкой силы», согласно которому страны ранжируются по их способности влиять на другие страны в таких областях, как культура, экономика, политические ценности, наука и технологии и т.д. без использования военных или экономических мер. Под «мягкой силой» понимается то, в какой степени страна способна привлекать другие страны на свою сторону без принуждения благодаря положительному восприятию ее ценностей, практик или идей; эта способность зависит от ее внутренней силы, а также от ее поведения и отношений с мировым сообществом.

«Индекс хороших стран», разработанный Анхольтом в 2014 году, ранжирует страны по их вкладу в общее благо человечества и по выгодам, которые они получают от глобальных общих благ в сопоставлении с их размером (ВВП). Доклад призван привлечь внимание к тому, что величайшие проблемы, стоящие сегодня перед человечеством, должны восприниматься как глобальные и международные по определению. Отличие этого индекса от других состоит в том, что страны оцениваются не изолированно, а как часть мирового сообщества. «Индексом хороших стран», который в значительной степени рассчитывается с использованием баз данных ООН, измеряется вклад стран в таких областях, как наука и технологии, культура, мир и международная безопасность, мировой порядок, климат, а также процветание и равенство. Антонимом слова «хороший» в этом индексе будет не «плохой», а «эгоистичный».



Коста-Рика: в национальном бренде Коста-Рики используется зеленый цвет, который символизирует стремление страны к биоразнообразию, сохранению окружающей среды и устойчивому развитию.



Этот знак используется для содействия развитию бизнеса и/или для облегчения взаимодействия граждан и символизирует инновационную направленность Эстонии и ее инвестиции в цифровую инфраструктуру.



Argentina

Принимая решения о предоставлении лицензий на использование своего официального бренда, Аргентина отдает предпочтение компаниям, участвующим в решении глобальных проблем (охрана окружающей среды, обеспечение населения продовольствием, возобновляемые источники энергии, гендерное равенство).



Новая Зеландия разработала FernMark («знак папоротника»), воплощающий местные ценности, например, выраженные маорийским понятием «каиатаки», которое означает ответственность за защиту природных ресурсов страны для нынешнего и для будущих поколений.

Вышеописанные индексы представляют собой мощные инструменты, с помощью которых директивные органы могут выполнять более тщательный и подробный анализ имиджа и брендов стран. Эти инструменты позволяют оценить не только привлекательность стран на мировом рынке с точки зрения экономики и торговли, но и их показатели и репутацию в областях, имеющих отношение к внутреннему и/или глобальному благополучию.

ПРОБЛЕМЫ И РАЗМЫШЛЕНИЯ ОБ ИЗМЕНИВШЕМСЯ МИРЕ

В последнее десятилетие мировое сообщество стало уделять больше внимания общим проблемам и возможностям человечества. В 2015 году руководители стран мира приняли Повестку дня на период до 2030 года, в которой сформулированы цели ООН в области устойчивого развития во имя искоренения нищеты, защиты планеты, содействия инновациям и процветанию по всему миру. Это дало новый импульс дискуссиям, связанным с конкретными проблемами, включая изменение климата, гендерное равенство, проблемы иммигрантов и беженцев, ядерную энергетику, глобальную продовольственную безопасность и инновации, и заставило задаться новыми вопросами. Был принят ряд международных соглашений, такие как Парижское соглашение по изменению климата.

Данные показывают, что стоящие перед миром проблемы переходят на уровень чрезвычайных ситуаций, и указывают на стремление новых поколений решать эти проблемы и стремиться к благополучию всего мира. Разрабатываются инструменты для более эффективной оценки стран в глобальном контексте; они адаптируются к новой парадигме и позволяют точнее оценить, как поведение страны формирует ее имидж. Например, в последних докладах организаций, рассчитывающих эти индексы, говорится о реакции стран на важнейшие

глобальные события, такие как пандемия COVID-19, изменение климата и четвертая промышленная революция, и об их влиянии на репутацию стран. Многие страны признают важность устойчивости, инноваций, инклюзивности и разнообразия для новых поколений и предпринимают конкретные шаги для решения возникающих проблем. Ценные выводы, сделанные в докладах, помогают формировать меры политики, которые помогут добиться прогресса в осуществлении соответствующих инициатив.

ВАЖНОСТЬ ЗНАКА ДЛЯ ФОРМИРОВАНИЯ ВОСПРИЯТИЯ

Брендинг наций – это широкое, комплексное понятие, которое отнюдь не ограничивается маркетинговой стратегией или графическим элементом, символизирующим страну. Однако графическое изображение бренда страны обладает ценностью, и его охрана крайне важна. Эта самый прямой канал, с помощью которого страна может рассказать о своем имидже и обозначить происхождение своих важнейших продуктов и услуг. Как следствие, такие изображения отражают ценности и действия/поведение, которые формируют восприятие стран заинтересованными сторонами в международном сообществе и то, как они взаимодействуют с соответствующей страной – это должны учитывать авторы стратегий брендинга наций. Соответственно графический знак или эмблема может служить средством стимулирования туризма, экспорта, инвестиций и привлечения квалифицированной рабочей силы.

И наконец следует отметить, что для разумной оценки бренда нужно принимать во внимание размер страны, ее экономические ресурсы, внутреннюю историю, историческую роль в мире и культуру. Учет этих факторов позволит более точно и подробно оценить каждую страну.



ВСЕМИРНАЯ ОРГАНИЗАЦИЯ
ИНТЕЛЛЕКТУАЛЬНОЙ
СОБСТВЕННОСТИ

34, chemin des Colombettes
P.O. Box 18
CH-1211 Geneva 20
Switzerland

Телефон: +41 22 338 91 11
Факс: +41 22 733 54 28

Контактные данные внешних
бюро ВОИС приводятся на веб-сайте
www.wipo.int/about-wipo/ru/offices

«Журнал ВОИС» издается ежеквартально и распространяется Всемирной организацией интеллектуальной собственности (ВОИС), Женева, Швейцария, бесплатно. Он призван помочь широкой аудитории лучше понять проблематику интеллектуальной собственности и деятельность ВОИС, не являясь при этом официальным документом Организации.

Употребляемые обозначения и изложение материала в настоящей публикации не означают выражения со стороны ВОИС какого бы то ни было мнения относительно правового статуса любой страны, территории, города или района, или их властей, или относительно делимитации их границ.

Настоящая публикация не призвана отражать точку зрения государств-членов или Секретариата ВОИС.

Упоминание тех или иных компаний или продуктов, изготовленных определенными производителями, не означает, что ВОИС поддерживает или рекомендует их и отдает им предпочтение перед другими аналогичными компаниями или продуктами, которые не названы в публикации.

Любые замечания и вопросы можно направлять ответственному редактору по адресу WipoMagazine@wipo.int.

Печатную версию «Журнала ВОИС» можно заказать по адресу publications.mail@wipo.int.

Публикация ВОИС № 121(R)
ISSN 2708-5465 (печатная версия)
ISSN 2708-5473 (электронная версия)