

ВОИС ЖУРНАЛ

МАРТ 2022 Г.

№ 1



От идеи до преобразования отрасли: расширение возможностей грядущего поколения

стр. 7



Клей, на изобретение которого вдохновило мелкое морское ракообразное, помогает быстро остановить кровотечение

стр. 19



Товарные знаки в метавселенной

стр. 30

Фотография, культура коренных народов и борьба с изменением климата

р. 39



Уважаемые читатели!

С удовлетворением сообщаем вам, что с января 2023 г. «Журнал ВОИС» будет выпускаться только в цифровом виде. Специально отобранные ежеквартальные выпуски «Журнала» по-прежнему будут доступны в формате PDF для печати по требованию для всех желающих.

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

Современная молодежь – это невероятный и по большому счету неиспользуемый источник изобретательности и творчества. Свежий взгляд, энергия, любознательность и готовность преодолевать сложности молодежи, равно как и жажда лучшего будущего, уже способствуют трансформации существующих подходов и стимулируют инновации и перемены.

Международный день интеллектуальной собственности 2022 г. (отмечаемый 26 апреля) – дает молодым людям возможность узнать, как права интеллектуальной собственности (ИС) могут поддержать их в достижении своих целей, помочь воплотить свои идеи в жизнь, приносить прибыль, создавать рабочие места и оказывать положительное влияние на мир вокруг. Права ИС дают молодежи доступ к некоторым из ключевых инструментов, необходимых для достижения поставленных целей.

Более подробную информацию см. на странице, посвященной Международному дню интеллектуальной собственности 2022 г. по следующему адресу: www.wipo.int/ip-outreach/en/ipday. Примите участие. Почему бы не организовать мероприятие по случаю Международного дня интеллектуальной собственности 2022 г. в вашем районе?

Присоединяйтесь к нам в Twitter (#worldipday), Facebook (www.facebook.com/worldipday) и Instagram (@wipo) и делитесь своими идеями и мнениями в отношении ИС и того, как вы и другие молодые люди разрабатываете и применяете инновации для построения лучшего будущего.



Содержание

- 2 Пришло время молодым людям обратить свои взоры на ИС
- 7 От идеи до преобразования отрасли: расширение возможностей грядущего поколения
- 13 Построение лучшего будущего при помощи переработанного пластика
- 19 Клей, на изобретение которого вдохновило мелкое морское ракообразное, помогает быстро остановить кровотечение
- 24 Изабелла Спрингмуль привносит инклюзивный гватемальский дизайн в мир моды
- 30 Товарные знаки в метавселенной
- 34 Как бой-бэнд BTS создает свое наследие при помощи ИС
- 39 Фотография, культура коренных народов и борьба с изменением климата
- 45 Создание и охрана онлайн-бренда: советы начинающему предпринимателю

Выражение признательности

- 26 **Освальдо Хиронес Хорда**, Региональное бюро для Латинской Америки и Карибского бассейна, ВОИС
- 30 и 45 **Маркус Хёппергер**, Сектор брендов и образцов, ВОИС
- 36 **Маркус Хёппергер**, Сектор брендов и образцов, и **Паоло Лантери**, Отдел авторского права, ВОИС
- 41 **Венд Вендланд** и **Анна Синькевич**, Отдел традиционных знаний, 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:

© Ashwini Deshpande; goldhafen / iStock / Getty Images Plus; VectorStory / iStock / Getty Images Plus

Основное изображение:

© Joanderson Gomes de Almeida

Пришло время молодым людям обратить свои взоры на ИС

Надин Хакизимана и Эдвард Квакwa, Сектор глобальных задач и партнерств, ВОИС

Слова «Сделай это для культуры, они будут кусать, как стервятники» перекликается с основной целью сбалансированной системы ИС, которая заключается в стимулировании инноваций и творчества в интересах всех людей, и является подходящей отправной точкой для взаимодействия с молодежью в области ИС.



Фото: Gonzales Photo / Alamy Stock Photo

Если вдуматься, интеллектуальная собственность (ИС) повсюду. Она даже в стихах рэппера Куаво из песни T-Shirt (Футболка) группы Migos: «Сделай это для культуры, они будут кусать, как стервятники». В этой песне рэп-трио, членами которого являются Куаво, Офсет и Тейкофф, отдает дань уважения «культуре», то есть культуре хип-хопа, важной движущей силе расширения прав и возможностей чернокожего населения, которая стала глобальным движением, повлиявшим на моду, язык, граффити, брейк-данс, поэзию и многое другое. Создание музыки «для культуры» означает расширение границ творчества путем создания новых звуков, приносящих удовольствие людям повсюду. Главное в этой идее — ценность сообщества. Migos также упоминает подразумеваемое презрение к «кусам» — так называют переделку работы автора без указания авторства. Презрение к «кусам» проистекает из ценности, которую хип-хоп музыканты придают оригинальности и их стремлению продвигать и совершенствовать свое мастерство. В основе ИС лежит оригинальность — мы не «кусаем». Как сказали бы фанаты хип-хопа: «ИС зажигает!»

Стихи Куаво перекликаются с основной целью сбалансированной системы ИС, которая заключается в стимулировании инноваций и творчества в интересах всех людей. Глобальная система ИС, обеспечивающая признание и вознаграждение авторов и изобретателей за их работу и дающая нам возможность пользоваться результатами их творчества, способствует развитию общества в экономическом, социальном и культурном отношении на благо всех людей. Это делает слова Куаво достойной отправной точкой для обсуждения с молодыми людьми того, как система ИС может способствовать реализации ими своих устремлений.

ИНТЕЛЛЕКТУАЛЬНАЯ СОБСТВЕННОСТЬ В ИНТЕРЕСАХ МОЛОДЕЖИ

Усиливающаяся взаимосвязанность мира, результатами которой мы пользуемся сегодня, открывает многообещающие возможности для творческого самовыражения, помогая молодым людям становиться потребителями и создателями ИС.

Заинтересовавшись интеллектуальной собственностью, молодые люди получают возможность узнать, как защитить свои интересы и не ущемлять права других. Система ИС и предоставляемые ею права (см. стр. 4) позволяют молодым людям воплощать свои идеи и таланты в ценные экономические активы. Иными словами, они могут получать доход от своих идей и продолжать посвящать свое время и энергию совершенствованию своих талантов. Они даже могут построить целый бизнес на основе своей изобретательности и создать рабочие места, помогая местной общине и внося свой вклад в экономический рост.

По данным специализированной финансово-консалтинговой компании Osean Tomo, сегодня во всем мире 90% стоимости бизнеса приходится на нематериальные активы. Это объясняет, почему многие страны, особенно развивающиеся, стремятся к ускорению экономического роста, способствуя развитию наукоемких отраслей с высокой добавленной стоимостью. Поскольку права ИС позволяют сохранять и приумножать стоимость нематериальных активов, без которых невозможна экономика, основанная на знаниях, ИС будет становиться все более неотъемлемой частью жизни молодых людей.

ДЕМОГРАФИЧЕСКИЕ ХАРАКТЕРИСТИКИ МОЛОДЕЖИ

Африка – самый «молодой» континент в мире, где 70 процентов населения моложе 25 лет. Для африканских стран это открывает огромные возможности для построения лучшего будущего, но вместе с тем ставит сложные задачи перед теми, кто определяет политику. Стремительно растущий уровень безработицы среди молодежи – по данным Международной организации труда (МОТ), около 73 миллионов из 3 миллиардов молодых людей во всем мире не имеют работы, — а также экономическая миграция и связанная с ней «утечка мозгов» являются серьезными политическими проблемами с далеко идущими социальными и экономическими последствиями. Если направить изобретательность и энергию молодых людей в русло решения местных проблем и содействия экономическому росту, это поможет создать более качественные рабочие места и улучшить перспективы для молодежи.

ПРИШЛО ВРЕМЯ РАСКРЫТЬ ПОТЕНЦИАЛ МОЛОДЕЖИ

Современная молодежь является богатым и во многом неиспользованным источником изобретательности и творчества. Свежий взгляд, энергия, любознательность молодых людей, позитивный настрой и уверенность в том, что нет ничего невозможного, а также стремление к лучшему будущему – все это уже сейчас коренным образом меняет подходы и стимулирует инновации и изменения.

Выросшее на цифровых технологиях сегодняшнее молодое поколение, возможно, является самым предприимчивым, инновационным и креативным. Многие молодые люди считают поставленную цель важнее прибыли, создавая предприятия для решения серьезных проблем нашего времени, таких как изменение климата, ограниченный доступ к здравоохранению и образованию, отсутствие продовольственной безопасности,

Молодежная программа ВОИС

В 2021 г. Генеральный директор Дарен Танг представил государствам-членам Среднесрочный стратегический план (СССП) ВОИС на 2022–2026 гг., в котором особо подчеркивается роль молодежи.

«Молодежь также будет в центре нашего внимания. Это наши будущие новаторы, созидатели и предприниматели, составляющие значительный процент населения во многих развивающихся странах. Нам необходимо приложить усилия к тому, чтобы они поняли, как ИС связана с их жизнью и имеет к ней непосредственное отношение, и поддерживать их в реализации их устремлений, будь то получение средств к существованию за счет инноваций и творчества или решение глобальных проблем».

В феврале 2022 г. ВОИС приняла первую группу молодых специалистов в рамках Программы ВОИС «Молодые эксперты». Они проведут два года в штаб-квартире ВОИС в Женеве, пополняя свои знания в области ИС. Они станут лидерами в области ИС завтрашнего дня.

ВОИС также предлагает молодым специалистам-практикам в области ИС возможность пообщаться с более чем 600 единомышленниками и воспользоваться возможностями для обучения в области ИС и альтернативного разрешения споров в рамках организованной ВОИС Программы для молодежи в области АУС (ADR Young).

Если говорить о будущем, у молодежи есть большие перспективы для участия в работе ВОИС и влияния на то, чтобы глобальная система ИС сохраняла свою актуальность в условиях меняющейся реальности технологического мира. В ближайшие месяцы ВОИС и ее партнеры намерены реализовать серию увлекательных инициатив и учебных программ, ориентированных на молодежную аудиторию. Следите за новостями!

Каким образом система ИС поддерживает инновации и творчество

Разные права защищают разные виды ИС, такие как изобретения, промышленные образцы и творческие произведения. В целом все эти права служат одной главной цели – стимулировать инновации и творчество, гарантируя, что новаторы и создатели смогут получать справедливое вознаграждение за свою работу и тем самым зарабатывать себе на жизнь.

Права ИС позволяют правообладателям запрещать другим копировать или использовать принадлежащую им ИС без их разрешения. Это означает, что правообладатели могут взимать разумную плату за использование ИС, представляющей экономическую ценность. Возможность получения материального вознаграждения стимулирует людей и предприятия к тому, чтобы вкладывать средства в разработку полезных инноваций и изобретений.

Большинство прав ИС действуют в течение ограниченного периода времени и могут быть приобретены только при соблюдении определенных условий. Существуют также правила, которые позволяют в определенных обстоятельствах использовать различные виды ИС без предварительного получения разрешения от правообладателя. Эти правила помогают обеспечить баланс между интересами новаторов и авторов с одной стороны и широкой публики с другой, чтобы все смогли извлечь пользу из ИС.

безработица и многое другое. Но создание устойчивого и стабильного предприятия — это целый процесс, в котором приходится решать множество проблем, — процесс, в котором глубокие знания в области ИС могут помочь молодым людям ориентироваться в ситуации, обеспечить охрану своих активов ИС (то есть своих инноваций и результатов своего творчества), использовать их ценность и усилить свое влияние.

Признавая все эти проблемы, ВОИС сотрудничает с государствами-членами, способствуя созданию ими национальных экосистем ИС и инноваций, позволяющих изобретателям и творцам добиваться успеха, например, помогая бизнесу максимально раскрывать свой потенциал благодаря использованию ИС.

Выполняется значительный объем полезной работы по обеспечению доступности национальных систем и услуг ИС. Однако одной из нерешенных задач остается повышение осведомленности о том, чем ИС может быть полезна для молодых людей. Вот почему темой кампании, приуроченной к Международному дню собственности в этом году является «ИС и молодежь: инновации во имя будущего».

Эта кампания дает молодым людям во всем мире возможность узнать, как права ИС могут помочь им претворить свои идеи в жизнь, зарабатывать на них, создавать рабочие места и строить лучшее будущее. Обладая правами ИС, молодые люди получают доступ к некоторым важнейшим инструментам, необходимым им для достижения поставленных целей.

ВОИС понимает, что молодежь является главным проводником перемен, и может помочь им в решении актуальных проблем и налаживании эффективных глобальных партнерских отношений для формирования нашего общего будущего. Вот почему вовлечение молодежи сейчас является одним из важных направлений работы Организации. Организуя наши мероприятия по привлечению молодежи, мы вовлекаем молодых людей в международные дискуссии в области ИС и показываем им, как ИС может способствовать усилиям, прилагаемым ими к созданию мира, в котором они хотят жить.

МОЛОДЫЕ ИЗОБРЕТАТЕЛИ ПРЕОБРАЗУЮТ МИР

Огромное количество молодых людей во всех регионах уже сейчас самым удивительным образом вносят свой вклад в инновационную экосистему. Возьмем, к примеру, 18-летнюю Тхато Кгатланье из поселка Могвасе в окрестностях Рюстенбурга, Южная Африка. Она разработала инновационное локальное решение глобальных проблем нехватки энергии и ограниченного доступа малоимущих групп населения к образованию. Она придумала, как изготовить из переработанного пластика прочную школьную сумку, в которую встроены солнечные батареи. Это более прочная сумка, в которой школьники могут носить учебники и, что еще важнее, она может служить источником освещения в доме, чтобы дети могли спокойно продолжать учиться после наступления темноты. Изобретение Тхато было отмечено премией Анзиша, «самой важной в Африке наградой, вручаемой молодым новаторам-предпринимателям».

Двое студентов из Гонконга, Сунь Мин Вонг и Кин Понг Ли, придумали дверную ручку для дезинфекции рук, которая представляет собой стеклянную трубку со встроенным светодиодом, покрытую оксидом титана. Светодиод активирует соединение оксида титана, которое убивает 99,8%

Фото: с разрешения UNAM, Мексика



Хочитль Гуадалупе Крус-Лопес из Мексики изобрела водонагреватель на солнечной энергии из переработанных материалов, который называется «теплой ванной». Этот нагреватель служит для местных жителей доступным по средствам и стабильным источником тепла для нагревания воды.

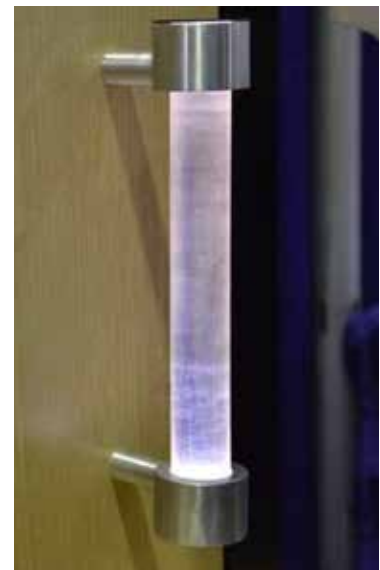


Фото: с разрешения Dyson Foundation

Изобретенная студентами Сунь Мин Вонгом и Кин Понг Ли дверная ручка для дезинфекции рук – эффективная и недорогая альтернатива другим химическим процессам очистки поверхностей.

Фото: с разрешения Anzisha Prize



Тхато Кгатланье из поселка Могвасе в окрестностях Рюстенбурга, Южная Африка, придумала, как изготавливать из переработанного пластика школьные сумки со встроенными в них солнечными батареями, благодаря которым местные школьники могут учиться после наступления темноты.



Фото: Давид Кинугия, Университет Кеньятта, Найроби, Кения

В 2020 г. группа студентов инженерного и медицинского факультетов Университета Кеньятта в Найроби собрала первый в стране аппарат ИВЛ для оснащения отделений интенсивной терапии кенийских больниц.

бактерий. Дверная ручка энергоэффективна: в ней используется кинетическая энергия, генерируемая движением двери. Это изобретение, на которое студентов сподвигла вспышка атипичной пневмонии в 2000-х годах, вновь стало актуальным в условиях продолжающейся пандемии COVID-19 и было отмечено премией Джеймса Дайсона в 2019 г.

первый в стране аппарат ИВЛ. Это недорогой аппарат, соответствующий международным стандартам. Сейчас они производят около 100 аппаратов ИВЛ ежемесячно. С помощью Ассоциации юристов Кении студенты подали заявку на оформление патента на свое изобретение в Кенийский институт промышленной собственности.

Также в начале 2020 г., будучи мотивированы острой необходимостью укрепления потенциала кенийских больниц для оказания неотложной медицинской помощи, группа студентов инженерного и медицинского факультетов Университета Кеньятта в Найроби собрала

Невероятно одаренная 8-летняя Хочитль Гуадалупе Крус-Лопес из Мексики изобрела водонагреватель на солнечной энергии из переработанных материалов. Ее так называемая «теплая ванна» стоит около 13 долл. США и является доступным по цене источником тепла для бедного населения сельского района Сан-Кристобаль-



де-лас-Касас, где она живет. Эта «теплая ванна» представляет собой экологически чистую альтернативу дровам, сжигание которых создает серьезные проблемы с дыханием у местных жителей. В 2018 г. Хочитль стала первым ребенком, получившим за свою выдающуюся работу престижную премию Reconocimiento ICN a la Mujer, присуждаемую Институтом ядерных наук Национального автономного университета Мексики (UNAM).

Это лишь некоторые из многочисленных примеров того, как молодые люди берутся за решение сложнейших проблем, стоящих перед их сообществами и всей нашей планетой. Нам необходимо стимулировать этих молодых людей и давать им возможность использовать изобретательский талант и творческий потенциал для построения лучшего будущего. Вот почему те, кто определяет политику в разных странах мира, должны прислушиваться к тому, что беспокоит этих молодых людей, и разрабатывать политику и программы, поддерживающие их и позволяющие им раскрыть свои таланты.

ЗАДАЧИ НА БУДУЩЕЕ

Для достижения прогресса в использовании огромного потенциала молодежи мира для построения лучшего будущего необходимо найти ответы на некоторые сложные вопросы и принять эффективные меры политики. Почему экономика не способна предложить молодым людям возможность стать экономически активными гражданами? Что мы можем сделать для того, чтобы они получили возможность жить самостоятельной и творческой жизнью и вносить свой вклад в развитие экономики и общества? Как обеспечить их знаниями и навыками, необходимыми им для работы в будущем?

Сегодня, как и во все времена, молодые люди демонстрируют свою способность задействовать свои таланты в поддержку перемен. Молодые люди активно участвуют в действиях по борьбе с изменением климата,

загрязнением окружающей среды и в решении других насущных социальных проблем, участвуя в различных движениях – от «Я тоже» до «Жизнь чернокожих имеет значение». Молодые люди выступают за лучший мир, и многие из них вкладывают свое время и энергию в разработку самых современных изобретений и инноваций, от которых будет зависеть наше будущее.

Это возвращает нас к стихам Куаво и той параллели, которую мы провели между ними и системой ИС, напоминая о том, что система ИС способна стимулировать еще больше инноваций и творческих идей, гарантируя, что новаторы и создатели смогут получать справедливое вознаграждение за свою работу и тем самым зарабатывать себе на жизнь.

ПОДВОДЯ ИТОГ

Инновационный потенциал молодых людей во всем мире — это в значительной степени неиспользованный ресурс, который может способствовать преобразованиям, необходимым для того, чтобы мир стал более устойчивым. Настало время для молодых людей обратить свои взоры на ИС и узнать о том, как права ИС могут помочь им воплотить свои идеи в жизнь. Настало время для тех, кто определяет политику в разных странах мира, поддержать молодых изобретателей и авторов и обеспечить их знаниями и инструментами в области ИС, необходимыми им для воплощения их видения будущего в реальность. От этого зависит наше будущее.

Сегодняшняя молодежь – наша самая большая надежда на лучшее завтра. Как отметила лауреат Американской национальной премии, вручаемой молодым поэтам, Аманда Горман в своем стихотворении «Холм, на который мы взбираемся», которое она зачитала на инаугурации президента Байдена в 2021 г., «Всегда есть свет, если только мы достаточно смелы, чтобы увидеть его, если только мы достаточно смелы, чтобы быть этим светом».

В феврале 2022 г. ВОИС приняла первую группу из 11 молодых специалистов в рамках Программы ВОИС для молодых экспертов.



Фото: ВОИС/Berrod

От идеи до преобразования отрасли: расширение возможностей грядущего поколения

Роксан Питерс, специалист по образованию в области ИС, культура и творческие отрасли, Университет искусств, Лондон, Соединенное Королевство

Пандемия COVID-19 оказала сильнейшее воздействие на мировую экономику, структуру нашего общества и наше жизнеощущение. Мир как никогда взаимосвязан, и мы приспосабливаемся к новым условиям ускорения процесса цифровой трансформации, чтобы создавать, общаться и потреблять. Пандемия также дала нам возможность задуматься о том, как лучше все продумывать, делать все лучше и более полно осознавать последствия решений, которые мы принимаем, с точки зрения нашего собственного будущего, пользы для общества в целом и окружающей среды.

Как отметил специалист по городскому хозяйству Ричард Флорида,

«... «креативный класс», к которому относятся дизайнеры, художники и высококвалифицированные работники умственного труда, является движущей силой инноваций и городского развития, создавая творческие центры и сети, способствующие социально-экономическому и культурному развитию своих городов и регионов».

Что касается творческих отраслей и областей культуры, то пандемия высветила «нестабильный характер работы художников» и их уязвимость «от экономических потрясений, вызванных кризисом».

Для тех, кто работает по найму или начинает свой бизнес, настал важный момент, когда необходимо решить, как

защитить себя, как выжить, а для некоторых – как начать все заново. А как насчет следующего поколения творцов перемен, новаторов и лидеров общественного мнения? Как они могут подготовиться к развитию ситуации по сценариям реального мира, и что может сделать сфера образования для того, чтобы их голоса зазвучали громче?

КАКОЕ БУДУЩЕЕ ГОТОВИТ НАМ ТВОРЧЕСТВО?

В решающий момент своего профессионального развития начинающим творческим работникам приходится приспосабливаться к новым способам взаимодействия с работниками сферы образования, проводить меньше времени в мастерских и студиях, а возможностей для налаживания связей посредством естественного общения становится все меньше. Вместе с тем, эти постоянно присутствующие факторы, ограничивающие их возможности, стимулируют инновационные способы развития совместного творчества и новых начинаний, что обнадеживает.

Деятельность творческих работников постепенно становится междисциплинарной по своему характеру, они выходят на международный уровень; у них больше возможностей, чем когда-либо, создавать сообщества и учиться друг у друга. Коллективное мышление и совместные действия формируют будущее. Сотрудничество и взаимодействие стали неотъемлемой частью процесса создания произведений культуры. В данном контексте «цифровые» технологии являются инструментом

обмена информацией и общения, платформой для привлечения внимания к проблемам и нахождения способов их решения.

В этом динамичном и глобальном процессе активом, имеющим жизненно важное значение для инноваций, экономического роста и построения устойчивого будущего является интеллектуальная собственность (ИС). Являясь своего рода невидимым деловым партнером, она «смазывает колеса» торговли и способствует творческому и культурному обмену. Она также может сыграть важную роль в реализации ориентированных на потребности людей и социально ответственных инициатив.

ИС тесно взаимосвязана с дизайном, инновациями и технологиями. Растущее значение нематериальных активов ИС, таких как некодифицированные неявные знания, а также этические и экономические соображения, которыми руководствуются, охраняя традиционные выражения культуры в различных частях мира, стимулируют бизнес к тому, чтобы уделять больше внимания ИС. Это, наряду с преимуществами сетей малого бизнеса, указывает на то, что никогда не было более важного момента для интеграции теоретических основ ИС в творческое корпоративное образование.

СТИМУЛИРОВАНИЕ ПОЗИТИВНЫХ ИЗМЕНЕНИЙ ПРИ ПОМОЩИ ОБРАЗОВАНИЯ В ОБЛАСТИ ИС

На сегодняшний день система образования в области ИС в основном готовила будущих юристов. Возможность включения образования в области ИС в междисциплинарные курсы обучения в таких областях, как бизнес, инновации и предпринимательство, начали рассматривать лишь недавно, в связи с ростом творческих отраслей экономики и возрастанием их значения. Важные усилия по включению образования в области ИС в программы обучения по неюридическим специальностям предпринимаются в Японии, где в 2002 г. был принят закон, обязывающий «университеты и аналогичные учреждения содействовать образованию и обучению в области интеллектуальной собственности». В Австралии различные университеты предлагают курс «Вопросы интеллектуальной собственности».

Лондонский университет искусств (UAL) занимает первое место в Соединенном Королевстве по количеству выпускников, начинающих собственный бизнес. Он является лидером в области обучения творческому предпринимательству и стимулирует иностранных студентов к тому, чтобы ценить свои творческие способности и применять их на практике. Он оказывает финансовую и организационную поддержку программам ускоренного обучения и создания бизнес-инкубаторов и сотрудничает с ведущими компаниями из различных отраслей.

Небольшая группа преподавателей UAL, специализирующаяся на ИС, взаимодействует со студентами и выпускниками, помогая им чувствовать себя более уверенно и принимать обоснованные решения в процессе сотрудничества с другими. Обучение заключается не только в предоставлении знаний: уникальный подход к оказанию поддержки и обучению учитывает то, чем мотивируются студенты и как они реагируют на различные ситуации, и предусматривает оказание им помощи в решении проблем. Он основан на признании потенциальных возможностей ИС в двух ключевых областях.

Во-первых, ИС играет активную роль в сфере практической деятельности, где будущие творцы учатся на практике, способствуя критическому мышлению, необходимому для воплощения идей в инновации, способные изменить ситуацию на глобальном рынке. Во-вторых, ИС является неотъемлемой частью процесса разработки бизнес-стратегии, а также формулирования и защиты личных ценностей и идеалов, осознания обязанностей и значения репутации.

Этот подход воплощен в прикладных программах для электронного обучения в области ИС, разрабатываемых совместно со студентами UAL для следующего поколения. В нем нашли свое отражение мнения и опыт тех, кто находится на ранних этапах своего профессионального развития, он предоставляет возможности для самоанализа и понимания того, сколь важную роль ИС играет в формировании нашего образа жизни в будущем, а также в определении источников доходов и построении основ устойчивой практики.

ПЕРЕОСМЫСЛЕНИЕ МОДЫ И НАХОЖДЕНИЕ НОВЫХ РЕШЕНИЙ

Различные виды прав, такие как авторское право (творческие произведения), товарные знаки (бренды и репутация), права на образцы (форма) и патенты (изобретения), обеспечивают охрану, различных видов инноваций и произведений творчества. Для творческих людей важно то, что авторское право защищает не саму идею, а выражение этой идеи, например произведение искусства или дизайн веб-сайта. Поэтому при принятии решения о том, какое право ИС использовать, творческим людям важно исходить из того, что они хотят защитить, для чего и как.

Многие из идей, которые студенты используют в практической творческой деятельности, выходят за рамки традиционных бизнес-моделей, в которых главным соображением является получение финансовой прибыли. Они могут включать социальное предпринимательство, решение социальных или культурных проблем, и экологичное предпринимательство, которое может

способствовать улучшению состояния окружающей среды благодаря использованию экологически устойчивых методов производства.

Призыв к действию в творческих отраслях, пожалуй, наиболее очевиден в том, что касается переосмысления будущего моды. Дизайнер мужской одежды Бетани Уильямс, занимающаяся благотворительной деятельностью, активно участвующая в борьбе с изменением климата и выступающая за устойчивое развитие, признает, что мода «охватывает все отрасли, от сельского хозяйства до коммуникаций, оказывая сильнейшее влияние на планету, и индустрия моды ежегодно производит 80 миллиардов новых предметов одежды и обеспечивает работой каждого шестого жителя планеты.

И наоборот, в то время, когда доходы индустрии моды сократились примерно на 93 процента в 2020 году, компании переосмысливают свои бизнес-модели, оптимизируют свою деятельность и пересматривают свою позицию, реагируя на поведение потребителей.

Образование в области моды дает следующему поколению возможность знакомиться с глобальными технологиями и инновациями в бизнесе и использовать свою интуицию

и воображение, с тем чтобы деятельность в отрасли стала более устойчивой, прозрачной и инклюзивной.

С точки зрения ИС те, кто начинает заниматься бизнесом в индустрии моды, могут руководствоваться самыми разными соображениями – от понимания того, как закон об авторском праве способствует распространению информации в сфере моды и повышению узнаваемости бренда, до признания значения нематериальных активов ИС для идей, методологий и услуг. На этапе зарождения идеи часто важно иметь четкое представление о том, кто чем владеет, когда работаешь с технологами, учеными и другими отраслевыми экспертами, чтобы проще было воплотить идею в реальность, а в конечном итоге – в масштабируемый бизнес.

Следующие практические примеры дают представление о некоторых элементах, связанных с ИС, которые студенты и выпускники должны учитывать при переходе от образования к работе в отрасли и от идеи к рынку.

Ашвини Дешпанде (@aforashwini) — дизайнер и технолог, закончившая Лондонский колледж моды в 2021 г. Она считает, что «технологии — это будущее любой отрасли, и они должны изменить ситуацию в плане создания

Фото: © Ashwini Deshpande



Ашвини Дешпанде — дизайнер и технолог. Она изобрела программное обеспечение Art-Z, в котором искусственный интеллект используется для сокращения потерь ткани на этапе раскроя с целью обеспечения безотходного производства.

Эллен Рок, лондонский дизайнер-модельер и художник по тканям, использует свои яркие рисунки как способ самовыражения, вместе с глобальными сообществами дизайнеров работая над продуктами, создаваемыми мастерами кустарного производства. Она считает интеллектуальную собственность «неотъемлемой частью прогресса и развития бренда».



Фото: © Janakpur Women's Development Centre



«Поскольку в основе творчества лежит сотрудничество, важно, чтобы ИС рассматривалась именно в этом контексте».

экономики замкнутого цикла». Сотрудничая с компанией Microsoft, она изобрела программное обеспечение Art-Z, в котором искусственный интеллект используется для сокращения потерь ткани на этапе раскроя с целью обеспечения безотходного производства. Будучи студентом, изучающим предпринимательство, Ашвини отмечает, что, когда она захотела воплотить свою идею в бизнес, она получила рекомендации в отношении охраны своей интеллектуальной собственности. По мере того, как ее идея принимала все более четкие очертания, Ашвини столкнулась с трудностями при принятии решения о том, насколько подробно рассказывать о своем замысле тем, от кого она хотела получить поддержку, при этом не ставя под угрозу свою способность сохранять контроль над своей работой. «Все дело было в подписании соглашений о неразглашении, а также в умении вести себя дипломатично, поскольку соблюдение таких соглашений может быть трудно обеспечить, особенно в отношениях с крупными компаниями. ИС оказалась очень сложным делом. Я рада, что у меня были наставники и юридические консультанты, которые помогли мне».

Осведомленность о значении ИС на раннем этапе разработки продукта помогла Ашвини использовать ИС в качестве одного из ключевых компонентов ее бизнес-стратегии. По мере совершенствования своего программного обеспечения она будет тщательно обдумывать то, как реализовать свои планы увеличения масштабов деятельности и выхода на международный рынок, чтобы ее программное обеспечение стало универсальным решением для сокращения отходов ткани.

Лондонский дизайнер бразильского происхождения и владелец бренда Жоао Марашин (@joaomaraschin) считает то, что он делает, «призывом к действиям сообщества художников, основанном на принципах поддержания истинных связей и уважения к работе и произведениям ремесленников во всем мире, которые еще не получили признания, и на концепции социальной и экологической устойчивости, которая находит свое отражение в ориентированном на человека дизайне и сохранении методов ручной работы, таких как вязание крючком и вышивание, а также в разработках в области использования новых видов сырья».

«Я имею дело со многими ремесленниками, чьи навыки постепенно умирают у них на глазах из-за отсутствия спроса. Это приводит к тому, что молодое поколение не чувствует вдохновения и не старается сохранять эти навыки. Я также видел, как пожилые мастера теряют свое место в отрасли, а умелые ремесленники во многих отношениях оказываются вне системы», — отмечает он.

Жоао воплотил свои идеи, обеспечив охрану своего товарного знака, чтобы сделать свой бренд узнаваемым,



фото: © Жоао Марашин

Лондонский дизайнер бразильского происхождения и владелец бренда Жоао Марашин считает то, что он делает, «призывом к действиям сообщества художников, основанном на принципах поддержания истинных связей и уважения к работе и произведениям ремесленников во всем мире, которые еще не получили признания».

и это служит примером того, как интеллектуальная собственность согласуется с обоснованными этическими соображениями. Окончив Лондонский колледж моды, он задумался о том, как лучше всего воплотить свои идеи на прозрачной и инклюзивной основе. Его присутствие в интернете свидетельствует о его положительном влиянии и демонстрирует, что творческие люди играют ведущую роль в решении проблемы неравенства и обеспечении культурной преемственности и предпринимают для этого необходимые действия.

Интеграция концепции ИС в бизнес-стратегию имеет огромное значение, но важно, чтобы ИС была инструментом и средством реализации замыслов и не ставила под угрозу амбиции предприимчивых людей. Поскольку в основе творчества лежит сотрудничество, важно, чтобы ИС рассматривалась именно в этом контексте. Эллен Рок, лондонский дизайнер-модельер и художник по тканям, использует свои яркие рисунки как способ самовыражения, вместе с глобальными сообществами дизайнеров работая над продуктами, создаваемыми мастерами кустарного производства. Она описывает сотрудничество как «глубокое убеждение в том, что конечный результат всегда лучше, если удастся объединить усилия. Это позволяет идее достичь большего, не ограничиваясь отдельной попыткой, и способствует передаче знаний и достижению общих целей», — говорит она. Эллен (@ellenrockstudio) разбирается во всех сложностях интеллектуальной собственности, управляя своим товарным знаком и зарегистрированными образцами в международном масштабе, и считает ИС «неотъемлемой частью прогресса и развития бренда». Она закрепляет право дизайнера и объединяет футуристическое видение с основами бизнеса. Это служит основой и придает уверенности, когда вы работаете для своих клиентов», — отмечает она.

Увлеченность Жоао и Эллен и признание ими значения сохранения и устойчивого развития культурных традиций в предпринимательской деятельности – это то, что лежит в основе образования в области ИС. Для тех, кто сотрудничает с коренными народами и местными общинами, стремящимися сохранить и прославить

традиционные ремесла и знания, это переходит в морально-этическое измерение. Хотя эти общины и «коренные народы имеют право на сохранение, контроль, охрану и развитие своего культурного наследия, традиционных знаний и традиционных форм культурного выражения», это концептуальное понятие осложняется некоторыми техническими и юридическими факторами неопределенности, в первую очередь с точки зрения того, как определяются традиционные выражения культуры, для чего они должны защищаться и в чьих интересах.

ИС можно рассматривать как форму защиты и способ сохранить ценность для таких сообществ. Однако многие традиции и ремесла местных общин передаются из поколения в поколение; они не принадлежат кому-то конкретно, а являются частью общих верований и традиций. Поскольку традиционно считается, что интеллектуальная собственность защищает и вознаграждает творческую деятельность человека, в этой области она не полностью оправдывает ожидания.

Сейчас, когда мировая экономика постепенно восстанавливается, а будущие предприниматели готовят себя к профессиональной деятельности, важно, чтобы они осознавали, насколько ИС важна для них как неотъемлемая часть их планов на будущее. Образование в области ИС не означает получение ответов на все вопросы. Речь идет о стимулировании следующего поколения к лидерству, признанию ценности своего творческого потенциала и критическому мышлению для принятия решений, которые не всегда могут быть успешными с финансовой точки зрения, но которые принесут пользу в долгосрочной перспективе.

Как признает Жоао, «в целом я рассматриваю социальное и экологическое значение того, чем я занимаюсь, как главный показатель успеха своего бизнеса, и отдаю ему приоритет даже в тех случаях, когда оно, может быть, не приносит прибыль. Я считаю, что будущее моды зависит от уважения к планете и людям, а значение экологической устойчивости вообще не подлежит обсуждению».

Построение лучшего будущего при помощи переработанного пластика

Пол Омонди, независимый журналист

Молодая кенийская предпринимательница Нзамби Мати вносит свой вклад в охрану среды проживания городского населения Кении с помощью своего инновационного решения, которое заключается в переработке пластика в строительные материалы. В недавнем интервью *Журналу ВОИС* она рассказала, как пример ныне покойной защитницы окружающей среды и лауреата Нобелевской премии Вангари Маатаи вдохновил ее на создание компании Gjenge Makers для производства тротуарной плитки в качестве альтернативного, доступного и экологичного строительного материала.

По какой причине вы стали относиться к переработке отходов как к жизнеспособному предприятию и почему именно в строительной отрасли?

В современном мире переработка отходов стала крупномасштабной отраслью, без которой не обойтись. Нам приходится решать, что делать со всеми производимыми нами продуктами и материалами в конце их жизненного цикла. Объем того, что можно выбросить на свалку, ограничен. Природа также заставляет нас делать производственные процессы более эффективными. Переработка имеет решающее значение, если мы хотим сделать экономику замкнутого цикла реальностью. Я хотела опровергнуть представление о том, что переработка — это дорогостоящее дело, своего рода нишевый рынок. Я решила сосредоточить внимание на строительной отрасли, потому что она имеет жизненно важное значение для обеспечения людей жильем, что является одной из самых важных потребностей человека.

Кроме того, меня очень увлекает охрана окружающей среды, и в этом смысле меня вдохновил пример ныне покойной Вангари Маатаи, первой африканской женщины, получившей Нобелевскую премию мира в 2004 году. Она многого добилась благодаря своей активной деятельности. Я решила внести свой вклад в сохранение окружающей среды с помощью науки и техники. Это инструменты моего ремесла.

Что значит название «Gjenge»?

Gjenge – это немного переименованное слово *jijenge*, что на суахили означает «построй сам». Это идеально подходит для нашего бизнеса, потому что мы работаем в строительной отрасли, поэтому идея «строительства» вполне уместна. Наша идея состоит в том, чтобы люди строили устойчивое будущее; никто не хочет жить в загрязненной и деградировавшей окружающей среде. И здесь оказывается полезной наша переработанная плитка.



фото: © Gjenge Makers

«Наша мечта — иметь автоматизированную сборочную линию и разнообразный ассортимент продукции, чтобы удовлетворять растущий спрос и увеличивать нашу долю на рынке».

Тротуарная плитка производства Gjenge изготовлена из полимербетона – материала, который состоит в основном из песка и пластика. Песок является наполнителем, а пластик – связующим материалом. Этот материал в семь раз прочнее бетона.

Вы называете себя проводниками перемен. А какие перемены вы хотели бы увидеть?

В Найроби, Кения, где мы находимся, вы почти не увидите отходов металлолома, потому что система переработки металлолома работает достаточно четко. Мое видение состоит в том, чтобы наладить переработку других материалов, особенно пластика, аналогичным образом. Это то изменение, к которому мы стремимся, как с точки зрения воздействия на окружающую среду, так и с точки зрения пользы для общества. На сегодняшний день мы переработали более 20 тонн пластика и создали более 100 рабочих мест для сборщиков мусора, женщин и молодежи.

Вы когда-нибудь представляли себе, что будете заниматься таким вот бизнесом?

Я физик по образованию. Я изучала геофизику и естествознание, но сейчас больше склоняюсь к естествознанию. В областях машиностроения и гидротехники я самоучка, поэтому я в конце концов и начала заниматься производством строительных материалов. Я всегда хотела находить какие-то новые решения в строительстве и вносить свой вклад в охрану окружающей среды. Благодаря Gjenge у меня есть возможность делать и то и другое.

А как вам удается привлекать самых способных людей?

У нас 26 работников на полной ставке, включая инженеров-электронщиков, гидравликов, механиков и технологов. Главное – подготовка и квалификация. Мы постоянно обучаем работников нашим производственным процессам. Мы также создаем отдел исследований и разработок (НИОКР), чтобы всегда быть на шаг впереди, продолжать внедрять инновации, предлагать новые решения и создавать добавленную стоимость на этом рынке.

Расскажите о НИОКР и маркетинговой деятельности, благодаря которой была создана Gjenge.

Нам потребовалось около трех лет, чтобы провести исследования и разработать продукт, прежде чем вывести его на рынок. НИОКР имеют ключевое значение, потому что мы являемся первопроходцами в этой отрасли, прокладывая путь другим с помощью качественных продуктов и процессов, обеспечивающих инновационные решения для строительства доступного и экологически устойчивого жилья.

Что касается маркетинга, нам повезло с партнерами, которые верят в нашу концепцию. Они выполняют для нас основную часть маркетинговой работы, но и «сарафанное радио» также довольно неплохо работает. Мы также получили поддержку со стороны международных организаций, в том числе учреждений Организации Объединенных Наций, транснациональных корпораций, таких как Coca-Cola, ведущих региональных компаний, таких как East African Breweries и London Distillers Kenya, а также от государственного сектора через Министерство транспорта, инфраструктуры, жилищного строительства, городского развития и коммунального обслуживания Кении. Благодаря такой поддержке укрепляется доверие к нам, которое столь необходимо для выхода на рынок.

Что было в центре внимания ваших НИОКР до выхода на рынок?

Прежде всего мы приложили усилия к тому, чтобы продукт отвечал всем требованиям. Это было важно, потому что это новое решение. Затем мы должны были убедиться, что в нашей технологии производства нет ошибок и что она соответствует стандартам и спецификациям, установленным Кенийским бюро стандартов (KEBS). Кроме того, необходимо было изучить рынок и определить потенциальный круг покупателей.

Расскажите нам о производственном процессе.

Наша плитка делается из полимербетона, который в основном состоит из песка и пластика. Песок является заполнителем, хотя можно использовать любой заполнитель, а пластик – связующим материалом; это эквивалент портландцемента, который используется для связывания песка, гравия и щебня в обычном бетоне.

Мы смешиваем песок и измельченный пластик, добавляем туда красящий пигмент и подаем эту смесь в экструдер, где она нагревается почти до 400°C. Смесь выходит из экструдера в виде пастообразной массы, которая охлаждается, а затем поступает в отливочные формы. После этого происходит штамповка гидравлическим прессом под давлением от 100 до 200 метрических тонн для изготовления плитки, которая охлаждается перед упаковкой.

А какой объем вы способны производить?

В настоящее время мы производим от 1 000 до 1 500 единиц плитки в день. Но нам нужно производить в десять раз больше, чтобы удовлетворить текущий спрос, и мы пока не можем увеличить масштабы производства достаточно быстро, чтобы удовлетворить этот спрос. К декабрю 2022 года мы рассчитываем производить около 5 000 единиц продукции в день. Вот почему мы намерены тиражировать нашу продукцию и производственные процессы, например, налаживая партнерские отношения, построенные на основе различных моделей, от участия в прибыли до франчайзинга. Это позволит нам полностью насытить рынок. На данный момент у нас существуют такие отношения с партнерами в трех крупных городах Кении.

В чем уникальность товарное предложение вашей продукции?

Сам по себе пластик – не самый прочный материал. Но, имея волокнистую консистенцию, он очень хорош в качестве заполнителя, связывающего другие материалы. В нашей плитке нет раковин; они удаляются во время штамповки. Это делает ее в семь раз прочнее обычного бетона.

Как вы обеспечиваете охрану вашего изобретения?

Мы стараемся запатентовать наше оборудование, продукты и производственные процессы. Как только это будет сделано, мы начнем увеличивать масштабы производства. Мы надеемся сделать это в 2022 году. К сожалению, патенты обходятся очень дорого, поэтому любой, кто выбирает этот путь, должен убедиться в том, что он экономически оправдан. Мы привлекаем финансирование для покрытия расходов на патентование, потому что хотим увеличить объем производства. Таким образом, в зависимости от бизнес-модели, которую мы будем брать на вооружение по мере

увеличения масштабов производства, патентование станет удобным, особенно если речь идет о модели, предусматривающей участие в прибыли.

С какими проблемами вы сталкиваетесь?

Наша проблема – не спрос, а предложение. Можно сказать, что это неплохая проблема, но, тем не менее, это проблема, к решению которой мы должны подойти со всей серьезностью, чтобы поддержать наш авторитет в отрасли. Вот почему мы разрабатываем более эффективное и быстродействующее оборудование – чтобы увеличить наши производственные мощности. Мы протестировали нашу продукцию в прошлом году, который официально стал нашим первым годом на рынке, и планируем расширить ассортимент в 2022 году. Наша мечта — иметь автоматизированную сборочную линию и разнообразный ассортимент продукции, чтобы удовлетворять растущий спрос и увеличивать нашу долю на рынке. Идея в том, чтобы разработать формулу «включай и работай», чтобы можно было воспроизводить наш производственный процесс по всему миру.

Известно, что в неформальном секторе Кении изобретения копируются и продаются по более низкой цене. Является ли это проблемой для Gjenge?

Наоборот. На самом деле я бы посчитала это комплиментом, если бы местные ремесленники или мастера в других африканских странах воспроизвели мою инновацию. Проблема в том, как организовать все таким



Мы смешиваем песок и измельченный пластик, добавляем туда красящий пигмент и подаем эту смесь в экструдер, где она нагревается почти до 400°C. Смесь поступает в отливочные формы, после чего происходит штамповка гидравлическим прессом.

образом, чтобы мы получали часть доходов, которые они зарабатывали бы на этом, чтобы покрывать расходы на наши НИОКР.

Что вы делаете для того, чтобы другие могли производить изобретенную вами плитку?

Сейчас мы разрабатываем учебные пособия для различных секторов, в том числе для *jua kali* (неформального) сектора, научно-образовательных учреждений, бизнеса и правительственных учреждений. Это подскажет пользователям, что делать дальше, когда мы предоставим им доступ к нашим производственным технологиям.

Мы переходим на цифровые технологии и планируем организовать курсы дистанционного обучения, поэтому все, кого это интересует, могут зарегистрироваться, чтобы получить доступ к нашим учебным ресурсам по переработке и экономике замкнутого цикла. Затем мы поможем им спроектировать и произвести необходимое оборудование.

Как насчет конкуренции со стороны более крупных предприятий, которые способны быстрее увеличить объем производства и выйти на более широкий рынок?

Я считаю, что лучшая защита — это доля на рынке. Это имеет решающее значение. Если у вас достаточно большая доля рынка, все встает на свои места. Вам также нужен пользующийся хорошей репутацией, узнаваемый и заслуживающий доверия бренд. Это то, что мы создаем — сильный бренд, который является синонимом качества, добросовестности и надежности. Это позволит нам сохранить и увеличить нашу долю на рынке. Как только мы все это сделаем, будет неважно, появится ли на рынке какой-то новый крупный игрок, потому что у него не будет выбора, кроме как сотрудничать с нами, поскольку мы уже будем контролировать рынок.

Что может сделать правительство для оказания поддержки МСП, таким как Gjenge?

В Африке ценность патентов еще не полностью осознана и пока не используется в достаточной степени для получения преимущества на рынке. Вероятно, это связано с нашей культурой.

Традиционно в Африке все было в коллективной собственности, и как физическое лицо вы не могли претендовать на обладание правами интеллектуальной собственности на творческие произведения, производственные процессы или оборудование и инструменты, даже если все это было изобретено вами. Мы создавали и изобретали вещи для общего блага наших сообществ. Но мир изменился, и мы должны отказаться от нашего традиционного восприятия ИС, чтобы не тормозить создание необходимой инфраструктуры для охраны ИС. В отсутствие надежной охраны ИС предприниматели должны все тщательно продумывать. Нам необходимо контролировать значительную долю рынка и создать сильный бренд. Именно это мы стараемся делать.

Каким образом вы поддерживаете использование возобновляемых источников энергии и как это связано с вашим бизнесом?

Без энергии в этом мире не выжить. Наша зависимость от ископаемого топлива оказывается губительной для климата. Этот вид топлива загрязняет окружающую среду и является одной из главных причин глобального потепления. В Африке у нас есть возможность использовать чистую и возобновляемую энергию, которой у нас в изобилии. В Gjenge стараемся способствовать этому переходу на экологически чистые источники энергии, в частности, планируем перейти на использование солнечной энергии для удовлетворения всех наших энергетических потребностей и использовать энергосеть исключительно в качестве резервного источника. В долгосрочной перспективе такой подход экономически обоснован. Возобновляемая энергия — это будущее. Это и наше будущее, потому что мы планируем стать основными игроками в этой области, генерируя, преобразовывая и даже передавая возобновляемую энергию.

Что бы вы посоветовали молодым людям, стремящимся построить лучшее будущее?

У меня простой совет. Начать! Обычно это самая сложная часть. Нужно преодолеть страх перед неизвестным, начать действовать и решать проблемы по мере их появления. Единственный способ доказать, что идея работает, — начать воплощать ее. Все очень просто.

Клей, на изобретение которого вдохновило мелкое морское ракообразное, помогает быстро остановить кровотечение

Кэри Бейт, независимый журналист

В течение последнего десятилетия ученый-исследователь и инженер из Массачусетского технологического института Хёнву Юк работал над тем, что способно предотвращать ежегодно смерть 2 миллионов человек, умирающих из-за быстрой кровопотери в результате серьезных травм и инвазивных операций. Каким образом? Изобретатель увлечен решением сложных задач. У него есть личная мотивация. Он любит печь и «выпекать» новые идеи. И он способен мыслить нестандартно.

«Инженеры — это люди, которые любят решать проблемы, используя научные инструменты и знания, — говорит он. У меня всегда появляется мотивация, когда я узнаю о какой-то важной проблеме, которая пока еще не решена в достаточной степени и находится в сфере моих профессиональных интересов, особенно если эта проблема заинтересовала меня лично».

Когда Юку было 22 года, его младший брат упал с высоты пяти этажей и получил серьезные травмы, в том числе пострадал от сильного кровотечения в результате повреждения аорты. Позже Юк узнал, что многочисленные операции, перенесённые его братом, заняли в два раза больше времени, чем планировалось, из-за проблем с остановкой кровотечения. «Наличие сильной личной мотивации [для решения] проблемы помогло мне мобилизоваться и найти более эффективные решения», — рассказывает он.

Его страстное увлечение домашней выпечкой также воодушевляет его на изобретения. «Мне особенно нравится делать кексы. Их довольно легко приготовить, и в них интересно добавлять разные ингредиенты. Они, наверное, отражают мой вкус как ученого-материаловеда/инженера, поскольку мне нравится создавать материалы с относительно простыми компонентами, но с лучшими характеристиками».

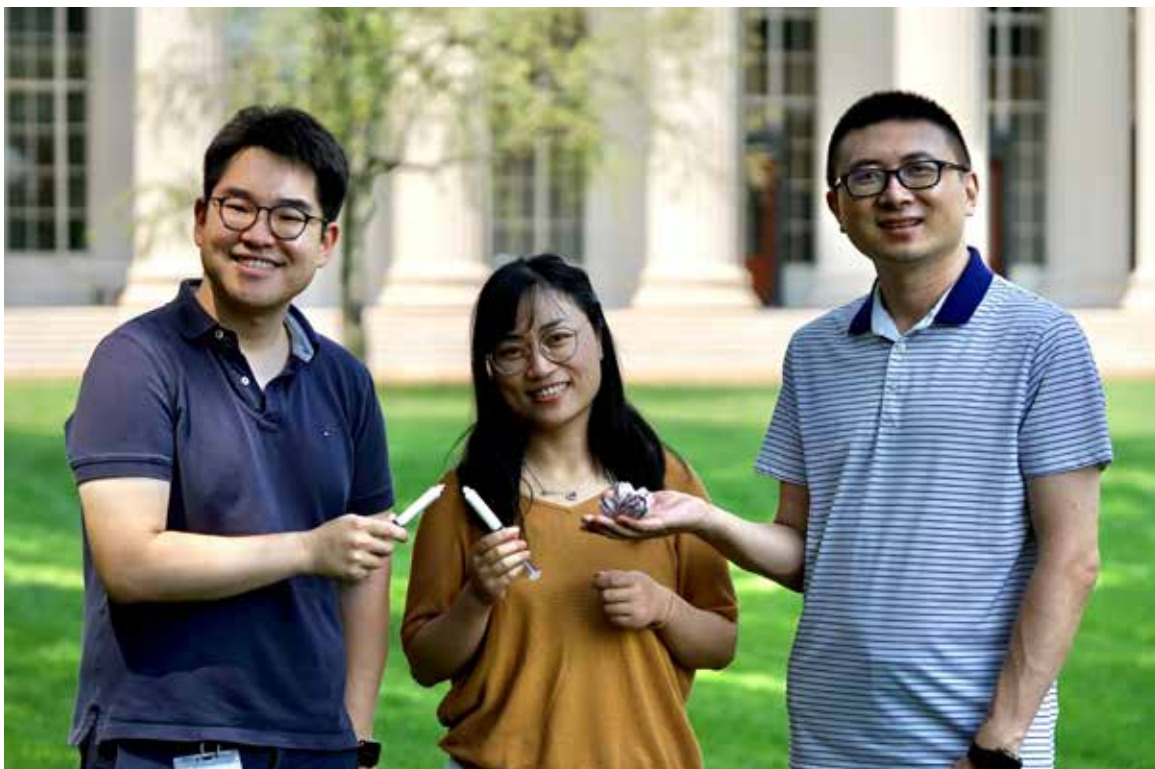


Фото: с разрешения разрешения Хёнву Юка

Хёнву Юк и его коллеги-исследователи смешали липкие микрочастицы и силиконовое масло, чтобы кровь не впитывалась в ткани. Вокруг тканей создается прочное уплотнение, и это решение обещает стать революционным по сравнению с традиционными подходами к остановке кровотечения.

НЕСТАНДАРТНЫЙ ПОДХОД К ПРЕДОТВРАЩЕНИЮ БЫСТРОЙ КРОВОПОТЕРИ

В течение последних семи лет обучения в аспирантуре Хёнву Юк изобрел несколько биоадгезивных технологий для быстрой остановки и сдерживания кровотечения у людей, пострадавших от травм или перенесших интенсивные операции.

Последнее из его изобретений, которое он разрабатывал последние четыре года, представляет собой похожий на зубную пасту клей белого цвета, который может прилипать к поверхностям, покрытым кровью. Совершенно нетрадиционный подход. Идею изобретения Юку подсказал никто иной, как простой усоногий рак, крошечное ракообразное, прилипающее к камням.

Оказывается, что это ракообразное, а также ткани животных и человека подвергаются воздействию одинаковой влажной и загрязненной среды. Усоногий рак подвергается воздействию воды и грязи, в то время как ткани тела животных и человека также влажные и «грязные», поскольку они контактируют с кровью, которая по своей природе является загрязненной жидкостью. То, как усоногому раку удастся прилипать к поверхностям, заинтересовало Хёнву Юка и его группу исследователей.

Они обнаружили, что ракообразному удается прилипнуть к влажным и грязным поверхностям или цепляться за них благодаря липким белковым молекулам, взвешенным в масле, которое отталкивает воду и загрязняющие вещества. Эта функция вдохновила Хёнву Юка и его команду на создание липкого раствора, который действует аналогичным образом и помогает «заклеить» кровоточащую рану на теле животного.

Вместо того, чтобы использовать настоящий белок, который ракушки используют в качестве клея, они смешали липкие микрочастицы и силиконовое масло, которое отталкивает кровь от тканей. «Чтобы клей работал, нужно, чтобы зараженные клетки крови не попали в ткань», — объясняет Хёнву Юк.

«С инженерной точки зрения такое нелогичное, нестандартное решение важно, поскольку оно может обеспечить настоящий прорыв по сравнению с традиционными подходами к остановке кровотечения», — подчеркивает он.

ЧТО ОТЛИЧАЕТ ЭТО ИЗОБРЕТЕНИЕ ОТ ВСЕГО, ЧТО УЖЕ ЕСТЬ НА РЫНКЕ?

В исследовании, опубликованном в журнале *Nature Biomedical Engineering* (август 2021 г.), Хёнву Юк и его команда продемонстрировали, как их клей может остановить кровотечение за считанные секунды. Эксперимент проводился на крысах с кровоточащими повреждениями сердца и печени. У крыс, которых Хёнву Юк обрабатывал стандартными препаратами, используемыми хирургами, кровотечение продолжалось. У тех же, на раны которых наносился изобретенный учеными маслянистый клей, кровотечение длилось секунд десять или около того. Крысы и свиньи, чьи раны в порядке эксперимента были обработаны этим клеем, выжили.

По словам Хёнву Юка, эта инновация не только экономит время — она также надежнее других аналогичных продуктов, поскольку создает более прочное уплотнение вокруг тканей. Кроме того, он отмечает, что паста способна быстро помогать пациентам, организм которых не может самостоятельно образовывать кровяные сгустки из-за проблем со здоровьем. Существующие решения для остановки опасного кровотечения основаны на естественной способности организма — свертываемости крови. Разрабатывая свою технологию, исследователи хотели, чтобы кровотечение можно было останавливать, вообще не полагаясь на свертываемость. «На наш взгляд, если процесс зависит от естественного образования сгустков, он замедляется и усложняется, а кроме

того, это не поможет пациентам с определенными заболеваниями», — говорит Хёнву Юк.

ДАЛЬНЕЙШИЕ ШАГИ В ПРОЦЕССЕ КОММЕРЦИАЛИЗАЦИИ

Хотя этому стартапу еще довольно далеко до заключения коммерческих сделок, Хёнву Юк говорит, что потенциально крупными рынками сбыта могут стать страны Азии и Соединенные Штаты. Тем временем команда намерена продолжать тестировать свой клей, идею которого изобретателям подсказало мелкое морское ракообразное.

Благодаря продолжающемуся финансированию со стороны корпоративных и частных инвесторов исследователи планируют продолжить доклинические исследования на более крупных животных (свиньях), чтобы лучше оптимизировать технологию для конкретных клинических показаний, а также собрать необходимые данные для получения разрешения от Управления по санитарному надзору за качеством пищевых продуктов и медикаментов США для проведения первого клинического испытания на людях. Они надеются, что смогут испытать свой клей на людях уже через 18 месяцев. Внимание будет сосредоточено на проверке способности клея останавливать кровотечение во время операций на цельных органах (например, печени, селезенке и почках), сердечно-сосудистой хирургии, а также эндоскопической хирургии (желудочно-кишечное кровотечение и т. д.). Они также планируют изучить потребности в применении клея военными для обработки огнестрельных ранений и повреждений от ударов.

ПЕРСПЕКТИВНАЯ ИННОВАЦИЯ ДЛЯ ПАЦИЕНТОВ И МЕДИЦИНСКИХ УЧРЕЖДЕНИЙ

Результаты изучения воздействия клея на кровоточащие ткани животных, хотя и находятся пока еще на ранних стадиях анализа, дают надежду людям с заболеваниями крови, сердца и печени, требующими хирургического вмешательства.

Клей может помочь сократить время, необходимое хирургам для остановки кровотечения во время операций. Это также может оказаться полезным там, где нет доступа к хирургическим средствам, например в зонах боевых действий или в регионах с ограниченными ресурсами.

Хотя пока еще довольно далеко до того момента, когда изобретение Юка будет готово к применению, его ингредиенты выглядят многообещающе. Миллионы людей наверняка будут ждать его с нетерпением.



Фото: с разрешения разрешения Хёнвю Юка

В течение последних семи лет Хёнвю Юк изобрел несколько биоадгезивных технологий для быстрой остановки и сдерживания кровотечения у людей, пострадавших от травм или перенесших интенсивные операции. Его последнее изобретение – похожий на зубную пасту клей белого цвета, который может прилипать к поверхностям, покрытым кровью.

“Интеллектуальная собственность (ИС) является неотъемлемой частью любого технологического стартапа, поскольку она представляет собой один из важнейших инструментов для продуктивного взаимодействия с крупными компаниями и привлечения столь необходимых инвестиций.”

Хёнву Юк о значении интеллектуальной собственности

Насколько важна интеллектуальная собственность для вашего бизнеса?

ИС является неотъемлемой частью любого технологического стартапа, поскольку она представляет собой один из важнейших инструментов для продуктивного взаимодействия с крупными компаниями и привлечения столь необходимых инвестиций. Компании и инвесторы в первую очередь хотят знать, защищена ли наша технология соответствующим патентом. Говоря о нашем опыте, трудно представить, как мы могли бы выполнять обычные действия, необходимые для дальнейших шагов по коммерциализации, если бы наши технологии и ИС не охранялись патентами.

Как вы обеспечиваете охрану вашей ИС?

Мы защищаем нашу ИС традиционным способом, регистрируя патенты в стране и за рубежом. Поскольку в настоящее время разрабатываемые в лабораториях технологии широко внедряются в соответствующих отраслях, работа по повышению осведомленности о значении ИС и ее охраны заметно активизировалась и более не ограничивается публикацией статей в научных журналах. Учитывая, насколько в нашей академической карьере важна защита инноваций и прав собственности на идеи от конкурентов, я довольно быстро и естественным образом понял значение охраны ИС при помощи патентов для нашей коммерческой деятельности.

Что вы можете сказать о вашем опыте подачи заявок на патенты?

В Соединенных Штатах процедура предварительной подачи заявки является достаточно быстрой и простой. Можно легко подать заявку на патент через ведомства, которые занимаются лицензированием технологий, куда заявка по процедуре РСТ обычно подается вместе

с национальной заявкой, что позволяет получить международную охрану в приоритетном порядке. Официальная подача патентной заявки занимает гораздо больше времени и часто требует тесного взаимодействия с патентным поверенным и ведомством по лицензированию технологий, поэтому нужно быть уверенным в том, что ИС является достаточно ценной в коммерческом отношении, чтобы юридические расходы были оправданы.

Есть ли у вас стратегия в отношении ИС?

Мы будем руководствоваться общей стратегией МТИ в отношении ИС, в соответствии с которой технологии группируются в различные категории для защиты от нарушений. Сейчас мы находимся лишь в начале процесса разработки такой стратегии в области ИС и наш стартап считает это приоритетом. Я понимаю, что стратегия в области ИС, начиная с условий лицензионного соглашения (если будут применяться разработанные в университете технологии), может иметь решающее значение для всего процесса коммерциализации. Мы стараемся все тщательно продумать с помощью опытных наставников и юрисконсультов.

Какие уроки вы уже извлекли в связи с ИС, которыми вы могли бы поделиться?

Я понял, что патент гораздо важнее научно-исследовательской работы, когда речь идет о коммерциализации ИС. Хотя я приложил немало усилий к составлению обоснованных патентных заявок на свои недавние изобретения, я обнаружил, что мои более ранние патентные заявки были несколько менее убедительными, поскольку я был больше сосредоточен на публикации научных статей, чем на подготовке сильных патентных заявок. Я усвоил, что патентная заявка не является и не должна быть всего лишь выдержкой из научной работы. Помимо технологических аспектов изобретения в ней должны быть изложены коммерческие соображения, включая значительный объем формулы изобретения, для предотвращения нарушений в виде незначительных модификаций, и т. п.

Изабелла Спрингмуль привносит ИНКЛЮЗИВНЫЙ ГВАТЕМАЛЬСКИЙ ДИЗАЙН В МИР МОДЫ

Мануэла Рамос-Каччиаторе, Отдел распространения информации и цифрового контента ВОИС

Изабелла Спрингмуль заняла свою нишу в индустрии моды благодаря своим творческим способностям и душе, которые она вкладывает в дизайны, создаваемые для своего бренда Down to Xjabelle. 25-летняя девушка стала первым дизайнером с синдромом Дауна, принявшей участие в Неделе моды в Лондоне, одном из крупнейших событий в мире моды. Она использует влияние моды, бросая вызов стереотипам и социальной дискриминации, с которыми ей пришлось столкнуться из-за ее физического состояния. В недавнем интервью Журналу ВОИС молодой дизайнер рассказала о своем бренде Down to Xjabelle, о том, как он символизирует солидарность в обществе и значение интеллектуальной собственности (ИС) для ее бизнеса.

Расскажите о себе

Я такая, какой вы меня видите. Я дизайнер, певица, дочь и сестра, я очень разговорчивая, общительная и веселая, а еще я молодая женщина с синдромом Дауна, которая любит свое дело. Я часто говорю, что Ххромосома — это хромосома любви. Моя инвалидность сделала меня сильнее, потому что мне пришлось больше работать, чтобы добиться того, чего я добилась. Я работаю над многими проектами, и у меня много амбиций как для моего бренда, так и в личной жизни. Моя мечта — быть примером для общества и показывать, насколько прекрасна Гватемала. Это одна из самых богатых тканями стран мира.



Фото: с разрешения Изабеллы Спрингмуль

Изабелла Спрингмуль (вверху) движима желанием способствовать разнообразию и интеграции при помощи своего бренда, Down to Xjabelle, и разрушить стереотипы в мире моды.



фото: с разрешения Изабеллы Спрингмуль

«Я считаю, что мир моды должен быть инклюзивным» — говорит Изабелла Спрингмуль.





“Права ИС — это важный сигнал для моих клиентов. Они знают, что, покупая одежду от Down to Xjabelle, они приобретают что-то уникальное.”



Фотос: с разрешения Изабеллы Спрингмуль

В основе бренда Изабеллы Down to Xjabelle лежит творческая изобретательность. Ее красочные платья *huipiles* инспирированы богатым культурным наследием гватемальских тканей.

Откуда у вас эта страсть к моде?

С самого раннего возраста я хотела быть модельером. Моя мама рассказывает мне, что, когда я была маленькой, я часами просматривала модные журналы, рисовала платья на бумаге и шила их для своих тряпичных кукол. Я экспериментировала с цветами, формами и фактурами. Это стало основой для моих дизайнов. Моя бабушка по материнской линии тоже была модельером, поэтому дизайн у меня в крови. То, что начиналось как детская игра, превратилось в бизнес.

Какие препятствия вам пришлось преодолевать в вашей карьере?

Самой большой неудачей было то, что меня не приняли в университет. Я была ужасно расдосадована, но не сдавалась. Мне было отказано в формальном образовании из-за моего состояния. Это был первый раз, когда я почувствовала, что, возможно, не смогу осуществить свои мечты. Но сейчас я думаю, что это лучшее, что могло со мной случиться. В конце концов я поступила в академию портновского мастерства, где научилась пользоваться своей швейной машинкой, шить, делать выкройки, и многое другое, нашла там новых друзей. Там я поняла, что есть разные способы добиться того, к чему стремишься.

Как вы справлялись со своими страхами, когда думали, что ваше состояние может помешать вам осуществить мечту?

Я не позволила своей боязни дискриминации и социальной изоляции из-за моего состояния парализовать меня, и в этом мне помогли моя семья, моя команда в Down to Xjabelle и моя уверенность в себе. Ведь я добилась того, о чем всегда мечтала. Я люблю свое дело и знаю, что мир моды — это мое. Но иногда люди относятся ко мне с опаской. В школе меня боялись мои одноклассники, потому что считали мое состояние болезнью. Поэтому мы с мамой написали книгу, в которой объяснили, что я такая же, как все, — просто мне нужно больше времени, чтобы учиться. Когда у нас был выпускной вечер, меня выбрали для произнесения прощальной речи — представьте себе! Именно тогда я, наконец, почувствовала, что ко мне стали относиться совсем по-другому.

Что бы вы посоветовали людям с инвалидностью?

Я бы посоветовала им изменить свое отношение к жизни — вместо того, чтобы говорить себе «нет», всегда говорить «да, я смогу». Каждый из нас по-своему обретает свой жизненный опыт, учится чему-то в жизни, и людям с синдромом Дауна нужно больше времени, чтобы освоить навыки, необходимые им для достижения своих целей. Хотя мы несовершенны и совершаем ошибки, все мы — люди и должны продолжать двигаться вперед. Наши навыки могут развиваться медленнее, но благодаря поддержке и правильно подготовив себя к взрослой жизни, мы можем достичь наших целей. Например, создавая свои дизайны, я использую собственные методы. Я рисую эскизы своих моделей и использую фотографии, чтобы те, кто работает со мной в моей мастерской, поняли мою идею, и сделали то, что я разработала.

Какие уроки вы извлекли из своей карьеры модельера?

Самый важный урок — всегда стараться найти что-то позитивное и понимать, что плакать, расстраиваться и злиться из-за внутренних сомнений — это нормально. Я призываю всех следовать за своей мечтой и дать волю своим мыслям!

Мне приятно видеть, что мир моды становится все менее поверхностным. Когда люди видят мои дизайны, они видят не человека с синдромом Дауна, а дизайнера, модельера. Благодаря этому пониманию и отношению я чувствую себя такой же, как все, и я счастлива, что могу открыть свое сердце через свои дизайны.

Расскажите нам о Guatextraordinaria. С чего началась этот проект?

Идея Guatextraordinaria появилась, когда моя тетя Мару пригласила меня принять участие в показе мод в музее Икшель в столице, где я представила свои сумки, сделанные из гватемальских тканей и украшенные, кисточками, помпонами и яркими аксессуарами. Это был мой первый опыт показа мод, и он открыл для меня двери для участия в Лондонской неделе моды 2016 года, где я представила свою работу в качестве начинающего модельера. В том же году BBC включила меня в список 100 самых влиятельных женщин мира.

После Guatextraordinaria вы основали Down to Xjabelle. Почему для вас было так важно создать собственный бренд?

Бренд Down to Xjabelle — это мой способ воплотить свои идеи и творческие способности в каждом дизайне, который я создаю для мира моды. Слово «Down» — так называется мое состояние состояния, а «Xjabelle» — так называлась мастерская, где моя бабушка по материнской линии работала 29 лет назад. Изначально бренд был ориентирован на мальчиков и девочек с синдромом Дауна — отсюда и название. У людей с синдромом Дауна короткие конечности и туловище, у нас другое строение тела, поэтому я создала бренд одежды специально для нас. А теперь мы создаем одежду для женщин, девушек и девочек, а также для мальчиков и мужчин, потому что она всем нравится.

На каких ценностях основывается бренд Down to Xjabelle?

Ценности в основе моего бренда — это любовь к моей стране, Гватемале; историческое и культурное наследие гватемальских тканей. Традиционный гватемальский стиль присутствует в каждом из *huipiles* (платьев, украшенных вышивкой), которые я шью. В моем бренде даже есть слово из языка коренных народов. Слог «Xja» в названии «Down до Xjabelle» происходит от языка майя, мам, на котором говорят на северо-западе Гватемалы.

На этом языке это означает «одежда». В моем бренде также нашло свое отражение разнообразие в мире моды.

Я всегда выступаю за инклюзивность, и хочу показать это через свой бренд. В моих показах мод участвуют модели с физическими или психическими недостатками, потому что я считаю, что мир моды должен быть инклюзивным. Я наполняю подиумы любовью к инклюзивности и национальной гордостью, и чувствую огромную признательность за возможность делать это.

Почему было так важно обеспечить охрану вашего бренда при помощи прав ИС?

Я решила зарегистрировать Down to Xjabelle, потому что под этим своим брендом я создаю и продаю свои модели, используя яркие гватемальские ткани. Благодаря этому работающие в моей компании мастера и коллектив портных, швей и вышивальщиц создают свое волшебство, и я гарантирую подлинность каждой вещи. Благодаря бренду Down to Xjabelle мои проекты узнаваемы во всем мире.

Важно также отметить, что я создаю устойчивую эко-моду, что является одной из ключевых характеристик бренда. Ни один из материалов, которые я использую в своих *huipiles*, не является новым — все это бывшие в употреблении ткани. В моей мастерской есть картонные коробки, полные обрезков поношенных тканей и материалов, которые я смешиваю для создания своих дизайнов. Ничего нового; только все переработанное.

Как права ИС, в частности на ваш товарный знак, способствовали росту вашей компании?

Они помогли мне получить признание и заработать репутацию благодаря всем усилиям, которые я приложила, благодаря моему творчеству, качеству гватемальского текстиля, работе моей команды и тому, что каждое изделие производится и продается на справедливой основе. Права ИС также демонстрируют значение солидарности и служения обществу и, как показывает Down to Xjabelle, обеспечивают охрану выдающихся произведений ремесленников и богатство гватемальских тканей, о котором мало кто знает. Все это позволяет мне точно оценивать материальную стоимость работы ремесленников, которые поставляют мне ткани и *huipiles*, что, в свою очередь, позволяет им поддерживать свои семьи и улучшать качество жизни.

Как ваш бренд поддерживает коренные народы и общины?

Я работаю с группой ремесленников в Сакатепекесе, Гватемала. Они делают кисточки, бахрому, бусы, сетчатые сумки и макраме, которые я использую в своих изделиях. Я также работаю с группой мастеров с умственными и физическими недостатками, которые делают всю вышивку бисером, которую я использую в своих дизайнах. Это замечательные люди. Я очень люблю их и оплачиваю их работу справедливо. Для меня важнее всего подчеркнуть невероятное мастерство и технику, необходимые для изготовления тканей, которые мы используем, и привлечь внимание к происхождению используемых материалов.

Насколько важно для модельеров иметь источник вдохновения для своих дизайнов?

Все, что я делаю, я делаю из тканей, которые уже были в употреблении. Тем не менее, для меня важно знать, откуда они, и что я использую уникальные вещи, за которыми стоят традиции и история. У меня нет двух одинаковых моделей. Важно, чтобы мы, дизайнеры, осознавали источник нашего вдохновения, а также труд, вложенный в каждый предмет одежды. Вот почему я настаиваю на том, чтобы мои поставщики предоставляли мне информацию о происхождении тканей, которые я использую.

Над чем вы сейчас работаете?

Во время пандемии я работала над своей последней коллекцией под названием Кеер оп («продолжай»), которую я представила на Днях моды в Сан-Мигель-Альенде, Мексика, в октябре 2021 года. Город наряжается к этому чудесному событию и устраивает дефиле на местном винограднике. Название коллекции, Кеер оп, навеяно пандемией: продолжать, несмотря ни на что.

Расскажите о ваших планах на будущее

Я собираюсь наладить сотрудничество с компанией, производящей сумки, чтобы разработать mashatates (гватемальские сумки), идею создания которых навеяли гватемальские женщины, представляющие коренные народы, которые носят связки товаров на голове, так что это связано с моей первой коллекцией. Я также хочу создать линейку шляп с перьями и кисточками, которые отражали бы мою сущность, мои особые причуды, благодаря которым мои модели выглядят так, как будто они хотят взлететь. Я также хочу создать линейку для собак, «любители домашних животных». Я также буду продолжать выступать с лекциями, стараться привлекать людей с ограниченными возможностями и стимулировать их к тому, чтобы осуществляли свои мечты.



Фото: ©Isabella Springmuhl

Изабелла Спрингмуль стремится к тому, чтобы все знали о происхождении используемых ею материалов, и чтобы мастера народных ремесел, представляющие коренные народы, получали справедливое вознаграждение за свою работу.

Товарные знаки в метавселенной

Кэтрин Парк, директор, Strategic Trademark Initiatives, штат Коннектикут, США

Хотя метавселенная все еще развивается, она уже прочно обосновалась в ряде секторов и, как ожидается, будет расширяться и становиться все более благодатной средой для пользователей.



фото: Diamond Dogs / iStock / Getty Images Plus

Что такое метавселенная? Говоря простым языком, это виртуальное пространство, в котором пользователи могут взаимодействовать и общаться друг с другом множеством способов — играя, сотрудничая, совершая покупки и исследуя, — при этом не вставая с удобного дивана. Некоторые из этих функций уже существуют на игровых платформах.

То, что вырисовывается в нашем воображении, представляет собой не что иное, как сложный и многообразный воображаемый мир, в котором потребители могут жить в виртуальной реальности. Например, покупатели могут покупать виртуальные товары, онлайн-заменители реальных предметов, которыми можно украсить свой аватар, или присутствовать на концертах или спортивных мероприятиях в качестве виртуальных VIP-персон, покупать дорогие и уникальные произведения искусства, водить виртуальные автомобили или яхты, путешествовать и обедать в особых и экзотических местах и многое другое. Метавселенная расширяется день ото дня.

Дополнительную привлекательность многим из этих новых виртуальных впечатлений или товаров будут

придавать NFT (невзаимозаменяемые токены) (подробнее об IP и NFT), уникальное цифровое творение. И будет создаваться много не воображаемой, а вполне реальной добавленной стоимости, поскольку потребители этой новой виртуальной и дополненной реальности тратят реальные деньги, хотя и в виде цифровых валют, участвуя во всем этом.

Хотя метавселенная все еще развивается, она уже прочно обосновалась в ряде секторов. Игровая вселенная, например, является лидером в развитии нового пространства, где игроки могут совершать внутриигровые покупки, используя виртуальную внутриигровую валюту цифровых объектов, таких как «скины».

Не остаются в стороне и спортивные лиги, предоставляя возможности для покупки коллекционных карточек за NFT или участия в мероприятиях фэнтези-лиги нового поколения. Участники могут посетить виртуальное музыкальное событие, например концерт американского рэпера Трэвиса Скотта. И это только начало. Ожидается, что метавселенная будет лишь расширяться, становясь более богатой средой для сообщества пользователей.

Meta, возглавляемая Марком Цукербергом компания, владеющая Facebook, углубилась в процесс этого развития, пытаясь завладеть всеми благами метавселенной для себя. Однако другие технологические компании, от Microsoft до игровых компаний, таких как Nvidia и Roblox, точно так же стремятся отхватить себе максимально большой кусок этой метавселенной.

Как и в физическом мире, в метавселенной возникает множество юридических вопросов. Конфиденциальность и сбор данных, антимонопольные и антиконкурентные законы, свобода слова и диффамация, а также вопросы интеллектуальной собственности, от авторского права до патентов и товарных знаков. Для владельцев брендов решающее значение будет иметь защита этих брендов в виртуальном пространстве, и для того, чтобы подготовиться к игре в этой новой «мета-песочнице», потребуется целая юридическая стратегия.

ЗАЩИТА ВАШЕГО БРЕНДА В МЕТАВСЕЛЕННОЙ: РЕГИСТРАЦИЯ И НЕ ТОЛЬКО

Если ваша компания рассматривает возможность продажи брендовых виртуальных товаров и услуг в метавселенной, заявки на регистрацию товарных знаков следует подавать как можно скорее. Но как подать заявку на защиту вашего бренда цифровых кроссовок? Или виртуальной сумки? Какое описание товаров и услуг подходит в таких случаях и как их следует классифицировать?

Некоторые компании уже внедрились масштабные программы регистрации. Среди них обувные гиганты, такие как Nike и Converse, которые недавно подали ряд заявок в Бюро по патентам и товарным знакам США. И, что неудивительно, компании в индустриях моды, косметики, спорта и развлечений также подают заявки на свои знаки для использования в связи с виртуальными предложениями. Хотя этим приложениям еще предстоит доказать свою жизнеспособность, они дают общее представление о том, как можно регистрировать товарные знаки для виртуальных товаров.

Как выясняется, компании подают заявки на охрану в отношении следующих классов товаров и услуг (см. стр. 32): скачиваемые виртуальные товары, а именно компьютерные программы (класс 9), услуги розничных магазинов, продающих виртуальные товары (класс 35), развлекательные услуги (класс 35), нескачиваемые онлайн-виртуальные товары и NFT (класс 42) и финансовые услуги, включая криптовалюту (класс 36). По мере рассмотрения этих заявок различными ведомствами, занимающимися товарными знаками, описания товаров и услуг, а также их классификация, вероятно, станут более стандартизированными, и соответствующие рекомендации будут полезны заявителям

В большинстве юрисдикций права на товарный знак принадлежат тому, кто первым подал заявку. И даже в Соединенных Штатах, где фактическое использование товарного знака в коммерческих целях имеет приоритет по сравнению с предшествующей датой подачи заявки, скорейшая подача заявки на основании намерения использовать товарный знак имеет решающее значение, поскольку дата подачи считается датой начала использования, даже если фактическое использование начинается позже.

Неудивительно, что злоумышленники пытаются незаконно завладеть ценными правами на товарные знаки в метавселенной с помощью упреждающей регистрации. Недобросовестных заявок на регистрацию товарных знаков в метавселенной очень много. В Соединенных Штатах, например, недавно были замечены недобросовестные заявки на регистрацию в метавселенной модных брендов, таких как Prada и Gucci. Эти недобросовестные заявки представляют серьезную проблему для владельцев товарных знаков, поскольку борьба с такими недобросовестными заявителями обходится довольно дорого: судебные издержки могут быть огромными, и это истощает ресурсы компаний.

Некоторые компании не горят желанием использовать свои бренды в метавселенной. Бренд Hermès, например, ассоциируется с великолепными изделиями из кожи, шелка и другими товарами ручной работы, которые так ценятся покупателями. Предложение своих товаров виртуально компания Hermès считает анафемой, чем-то несовместимым с самой природой изделий от Hermès. Но это не помешало пиратам продавать контрафактные виртуальные товары Hermès.

В конце 2021 г. Hermes опротестовала продажу MetaBirkins, виртуальных NFT, продаваемых на платформе OpenSea и созданных художником Мейсоном Ротшильдом. Их довольно трудно отличить от столь желанной и мгновенно узнаваемой сумки Birkin производства Hermès. Сумки Hermès Birkin продаются за тысячи долларов. NFT MetaBirkin также продавались за довольно большие суммы, и, по некоторым данным, их было продано на OpenSeas на общую сумму почти 1 млн долл. США. Hermès опротестовал законность этих операций и подал иск.

Если ваша компания не собирается использовать свои бренды в метавселенной, может ли она объявить свои товарные знаки известными и знаменитыми и тем самым защитить их от несанкционированного использования в метавселенной? Hermès вполне может утверждать, что такое несанкционированное использование бросает тень на репутацию уникального бренда. Но другим, менее известным брендам может быть гораздо труднее защитить себя при помощи юридических процедур.



Фото: blackdovix / iStock / Getty Images Plus

У NFT есть свои особенности с точки зрения права собственности. Их ценники с огромными цифрами, вне всякого сомнения, породят яростно оспариваемые юридические претензии, если что-то пойдет не так.

О Ниццкой классификации

Когда физические лица или бизнесы регистрируют товарные знаки, они делают это в отношении конкретных товаров и услуг в соответствии с международной классификацией, известной как Ниццкая классификация, которая регулярно обновляется. Ниццкая классификация состоит из 45 категорий, из которых 34 относятся к товарам и 11 к услугам. Ниццкая классификация была создана в соответствии с Ниццким соглашением о международной классификации товаров и услуг для регистрации знаков, заключенным в июне 1957 г.

Возможно, им придется полагаться на анализ вероятности смешения, что является основанием для иска о нарушении прав на товарный знак. В этом случае решение может быть принято не в пользу владельца товарного знака; суд может сосредоточить внимание на том, являются ли соответствующие виртуальные и реальные товары и услуги похожими или продаваемыми по совершенно разным каналам торговли. То же самое может сделать ведомство по товарным знакам, рассматривая возражение против заявки на виртуальные товары. Владельцам товарных знаков и их юристам, возможно, придется решать, следует ли также предъявлять претензии о ложной рекламе, а также претензии в соответствии с нормами общего права, например, в связи с незаконным присвоением товарного знака и подменой товара.

Обеспечивать охрану брендов в метавселенной может быть сложнее, чем где-либо еще. Рынок NFT уже наводнен мошенническими схемами, и пользователи выражают недовольство. От OpenSeas, крупнейшего рынка NFT, и других аналогичных платформ продолжают требовать, чтобы они лучше контролировали свои операции. В этих условиях «дикого запада» существует множество рисков, связанных с товарными знаками. Во-первых, как показывает пример MetaBirkin, средства от продажи товаров, продаваемых благодаря хорошей репутации бренда, могут быть получены не владельцем этого бренда, а кем-то другим. Во-вторых, те, кто покупает мошеннический NFT, могут в конечном итоге оказаться недовольны тем, что дорогой товар не является сертифицированным, а значит деньги, которые они вложили в NFT, потеряны.

По своему замыслу метавселенная должна быть постоянно расширяющимся пространством с множеством участников. Несомненно, появятся какие-то надзорно-контрольные сервисы со специальными средствами поиска на предмет мошеннического использования товарных знаков в метавселенной. Взаимодействие с клиентами — один из способов, с помощью которого бренды могут узнавать о злоупотреблениях. И, по крайней мере на данный момент традиционным способом остается правоприменительная деятельность, в том числе письма с требованием

о прекращении нарушения прав интеллектуальной собственности и последующие судебные разбирательства.

ПРИМЕНИМЫ ЛИ ПОЛОЖЕНИЯ ОБ ИСЧЕРПАНИИ ПРАВ К ПРОДАЖЕ ФИРМЕННОГО ВИРТУАЛЬНОГО ТОВАРА?

Когда человек покупает материальный предмет, будь то одежда, бытовая техника или автомобиль, этот человек имеет право делать с ним все, что ему заблагорассудится. Он может изменить внешний вид или функциональность предмета, отдать его кому-то, продать на вторичном рынке или даже уничтожить. Доктрина исчерпания прав не дает владельцу товарного знака возможности контролировать свои товары на рынке после их продажи. Но что происходит, когда предмет является виртуальным, а не осязаемым объектом имущества? Пока что вопросов больше, чем ответов. Например, какими правами обладает покупатель на купленный им виртуальный предмет и, что, может быть, еще важнее, какие права у него есть по его мнению? Считаются ли права владельца товарного знака исчерпанными при продаже товара или он продолжает иметь права на переданный объект интеллектуальной собственности? Имеет ли владелец товарного знака бессрочные обязательства перед покупателем товара или перед тем, кому этот товар передается впоследствии?

Прародителями метавселенной являются видеоигры, такие как Fortnite, и их производители уже давно занимаются продажей виртуальной экипировки, скинов или «косметики», которую игроки могут использовать со своими онлайн-аватарами. Поэтому такая модель может быть поучительной в контексте метавселенной. Эти скины не имеют срока годности. Игроки «владеют» ими, при условии, конечно, что они продолжают участвовать в игре, используя новые версии Fortnite. Владение таким имуществом, обусловленное участием путем периодической уплаты лицензионных сборов, больше похоже на лицензию, чем на полную передачу предмета, как в реальном мире. Что произойдет, если исчезнут закрытые экосистемы нынешнего интернета? Будут ли эти скины тем, что принадлежит покупателю и что он может использовать во всей метавселенной, а не на конкретной платформе? Чего ожидать владельцу виртуальной пары кроссовок Nike или виртуальной сумки Gucci?

NFT представляют особый интерес с точки зрения права собственности. Как уникальный виртуальный предмет они могут продаваться буквально за миллионы долларов. NFT художника Бигла был продан на аукционе Christie's за 69 миллионов долларов США мета-коллекционеру. Эти ценники с огромными цифрами на таких виртуальных предметах, вне всякого сомнения, породят яростно оспариваемые юридические претензии, если что-то пойдет не так.

Владельцам брендов следует подумать о том, как построить свой виртуальный рынок с надлежащими процедурами регистрации товарных знаков, продуманной стратегией контроля и соответствующими лицензиями и условиями использования, поскольку они хотят действовать и расти в условиях метавселенной (стараясь при этом избегать юридического жаргона, чтобы не отворачивать пользователей). Эти проблемы с товарными знаками, если к ним относиться недостаточно осторожно, могут подорвать репутацию, если потребители разочаруются в том, как брендовые виртуальные товары продаются в метавселенной. Как и сейчас в социальных сетях, оплошность в метавселенной может иметь немедленные негативные последствия для бренда.

“Для владельцев брендов решающее значение будет иметь защита этих брендов в виртуальном пространстве, и для того, чтобы подготовиться к игре в этой новой «мета-песочнице», потребуется целая юридическая стратегия.”

Как бой-бэнд BTS создает свое наследие при помощи ИС

Ана Клара Рибейро, поверенный по вопросам интеллектуальной собственности, Куритиба, Бразилия



Фото: Sipa USA / Alamy Stock Photo

Корейский бой-бэнд BTS — одна из самых успешных групп всех времен. Способность группы использовать свои права ИС для укрепления своего бренда, развития творческого потенциала и диверсификации источников дохода впечатляет.

Корейский бой-бэнд BTS — одна из самых успешных групп всех времен. С момента выпуска своего первого альбома 2 Cool 4 Skool в 2013 г. семеро участников группы — РМ, Чин, Сюга, Джей-Хоуп, Чимин, Ви и Джонгук — завоевали сердца огромного количества фанатов по всему миру. Уходящая корнями в корейский хип-хоп-андеграунд, BTS успешно преодолевает языковые и культурные барьеры с такими песнями, как Blood, Sweat and Tears, Fake Love и IDOL.

Сегодня они выступают и получают музыкальные награды по всему миру с песнями на корейском и английском языках (и несколькими записями на японском). BTS дважды выступали на Генеральной Ассамблее Организации Объединенных Наций, совместно с которой они провели мощную кампанию против травли и издевательств под названием Love Myself. BTS стали своего рода фактором экономического развития в Республике Корея, стимулируя туризм и интерес к корейской моде, еде,

фильмам и телепрограммам. Согласно результатам исследования, проведенного Корейским институтом культуры и туризма, вклад BTS в экономику страны составляет около 5 млрд долл. США.

У артистизма и успеха BTS много аспектов. Их способность эмоционально общаться со своими поклонниками не имеет себе равных. Страсть и преданность фанатов группы, известной как ARMY, выходит далеко за рамки финансовой поддержки; они являются активными и страстными промоутерами BTS. Также поражает способность группы использовать свои права интеллектуальной собственности для укрепления своего бренда, развития творческого потенциала и диверсификации источников доходов.

BTS расширяет свою фан-базу, создавая полную веселая вселенную музыки и контента, которая предлагает фанатам множество способов взаимодействия с ней. Музыка — это их хлеб насущный, но группа расширяет свой портфель активов ИС и осваивает другие сферы развлечений. HYBE, ведущее ведомство, управляющее правами в сфере развлечений в Республике Корея, защищает права группы и управляет ее ИС. Музыка, развлечения и образование составляют наследие, которое создают члены BTS. В основе этой деятельности лежит эффективное управление ИС.

АВТОРСКОЕ ПРАВО

Авторское право является самым важным правом ИС для музыкантов. Оно защищает наиболее важные элементы карьеры музыканта: его музыкальные композиции, исполнение и звукозаписи. Музыкальные композиции, охраняемые авторским правом, могут приносить значительный доход в виде роялти за исполнение, механических роялти (получаемых за каждое воспроизведение композиции), платы за озвучивание (например, когда песня воспроизводится в фильме, телешоу или рекламе) и других прав на публикацию.

По крайней мере трое участников группы — Сюга, РМ и Джей-Хоуп — стали полноправными членами престижной Корейской ассоциации авторских прав на музыкальные произведения (КОМСА) благодаря популярности исполняемой ими музыки.

Каждый из членов BTS участвует в написании песен. В их музыке много личного, она наполнена творческой игрой слов и находит отклик в сердцах поклонников. Это позволяет им налаживать прочную эмоциональную связь со своими фанатами и между ними, когда фанаты участвуют в дискуссиях о значении их текстов и о том, как их интерпретировать и переводить.

В 2020 и 2021 гг. BTS возглавляли составляемый звукозаписывающей индустрией список исполнителей Global Recording Artist chart, в котором указываются самые успешные в мире группы по объему физических и цифровых продаж. BTS — первая корейская группа, оказавшаяся на первой строчке этого списка и первая группа, занявшая эту позицию благодаря музыке, исполняемой в основном не на английском языке. Их альбомы входят в число самых продаваемых в мире с 2018 г., а в 2021 г. BTS заняли третье место по количеству прослушиваний на Spotify.



Источник: Заявка № 7020190001145, КИПРИС

Логотип группы менялся с течением времени и воплощает уникальность группы и ее цель. Он представляет собой «дверь, через которую молодые могут войти в новый мир», и является главным элементом бренда.

Права BTS на изображения создали юридический прецедент

Право на изображение (право контролировать коммерческое использование своей личности) чрезвычайно важно для известных музыкантов и артистов. BTS вошли в юридическую историю Республики Корея в 2020 г., когда Верховный суд Кореи создал прецедент, постановив, что права на публичное использование (имиджевые права) принадлежат знаменитостям и их агентам. Ожидается, что это решение поможет предотвратить несанкционированное использование третьими сторонами успешных работ таких групп, как BTS. Теперь это решение служит для развлекательных агентств правовой основой подачи исков против нелегальных производителей товаров с названиями и изображениями групп.



Фото: Эрик Пендэн / Alamy Stock Photo

Фан-база группы, известная как ARMY, является одним из самых активных и влиятельных онлайн-сообществ и стала своего рода брендом с зарегистрированным товарным знаком.

Помимо пользующихся успехом музыкальных произведений BTS зарегистрированы авторские права на книги, комиксы, музыкальные клипы, развлекательные шоу, документальные фильмы, мобильные игры, DVD и потоковое вещание. BTS даже создали свою собственную вымышленную вселенную, «Bangtan Universe» (или BU).

На BU основана трансмедийная стратегия группы, разрабатывающей и распространяющей контент на нескольких платформах для последовательного взаимодействия со своими фанатами. BTS рассказывают свою историю в коротких «заметках» в социальных сетях и при помощи физических карточек, вкладываемых в альбомы группы. BU также используется для создания музыкальных клипов BTS и на этой платформе были изданы (The Notes 1 и The Notes 2), а также серия цифровых комиксов Save Me (2019 г.).

В 2014 г. BTS выпустили свой цифровой комикс Hip Hop Monster, за которым в 2019 г. последовали мобильная видеоигра BTS World, а также серия комиксов по мотивам их песен. Затем, в январе 2022 г. вышел новый



Фото: Уолтер Чиккетти / Alamy Stock Photo

Для музыкантов одним из важных источников дохода обычно является продажа товаров. BTS создали множество вымышленных персонажей и линеек товаров, покупаемых фанатами. Таким образом, группа использует свои права ИС для создания многочисленных возможностей для расширения своей вселенной и освоения новых источников доходов, в том числе доходов от лицензирования.

цифровой роман-комикс 7Fates: CHAKHO в жанре городского фэнтези с элементами корейского фольклора. Он доступен на платформах Webtoon и Wattpad.

Стратегия группы в отношении богатого и разнообразного контента также открывает новые возможности для создания музыки, включая саундтрек для BTS World и сингл Stay Alive Джонгука и Сюги для сериала CHAKHO.

BTS также проводят различные ежегодные мероприятия, в том числе BTS FESTA — празднование дебюта группы, в ходе которого они представляют свои новые песни и организуют фотосессии, — мероприятия «Muster», специальные концерты для фанатов, которые затем выпускаются на DVD, и игровое шоу Run BTS.

Сложная мультимедийная структура группы создает множество возможностей для общения с фанатами и создания новых творческих продуктов.

ТОВАРНЫЕ ЗНАКИ

Творческая вселенная, которую создает BTS, включает в себя множество брендов, охраняемых зарегистрированными товарными знаками. Товарный знак — это знак, отличающий товары и услуги одной компании от товаров и услуг конкурентов. Регистрация товарного знака — надежная основа для развития бренда.

Центральным элементом портфеля товарных знаков группы является сокращение BTS, «방탄소년단» (по-корейски «пуленепробиваемые бойскауты»). Поскольку название и логотип группы используются для идентификации многих товаров, помимо их музыки, они оба зарегистрированы в качестве товарных знаков в отношении нескольких классов товаров, включая косметику, мебель, телекоммуникационные устройства, образовательное и развлекательное программное обеспечение и многие другие товары (см. стр. 32), продаваемые в Республике Корея.

ARMY, фан-база группы, является одним из самых активных и влиятельных онлайн-сообществ. Она фактически стала брендом с зарегистрированным товарным знаком.

BTS также подали заявку на регистрацию прав на товарный знак для охраны различных выражений своих отношений с фанатами, таких как выражение «보라해» (неологизм, означающий фиолетовый цвет), придуманное участником BTS Ви.

Многосторонняя стратегия бренда BTS также охватывает регистрацию товарных знаков для мероприятий и проектов, проводимых BTS, таких как BANGBANGCON, ARMYEDIA, BU, 7FATES и BTS UNIVERSE STORY.

Согласно данным Национального собрания Южной Кореи, в 2021 г. BTS зарегистрировали в Ведомстве интеллектуальной собственности Кореи (KIPO) больше товарных знаков, чем любая другая поп-группа.

“В 2021 г. BTS зарегистрировали в Ведомстве интеллектуальной собственности Кореи больше товарных знаков, чем любая другая поп-группа.”

ПАТЕНТЫ

Стремясь расширить развлекательные возможности поклонников BTS, HYBE сотрудничает с различными высокотехнологичными стартапами и инвестирует значительные средства в разработку новых патентуемых технологий. В общих чертах патенты обеспечивают охрану новых, обладающих признаками изобретений и полезных технологий. В разных странах применяются разные критерии патентоспособности. В индустрии развлечений патентами защищены множество передовых технологий, обеспечивающих производство творческой продукции.

В 2021 году HYBE инвестировало в Supertone, стартап в области ИИ, чья технология Singing Voice Synthesis (SVS) создает клоны голосов участников группы BTS. Оно также сотрудничало с Neosapience, еще одним стартапом в области ИИ, в разработке образовательного контента для своей платформы Learn! Пакет для изучения корейского языка, в котором используются BTS и их персонажи TinyTAN для обучения фанатов основам корейского языка. Он поставляется с электрической ручкой (motipen), оснащенной запатентованной технологией межъязыкового клонирования голоса Neosapience. Когда ручка наводит курсор на текст, воспроизводится аудиоверсия на корейском, английском, японском и испанском языках с голосами, напоминающими голоса участников группы BTS.

HYBE также инвестирует в разработку новых технологий, способствующих продвижению и реализации BTS товаров, таких как «светодиодные палочки», которыми фанаты размахивают на концертах, поддерживая своих кумиров. В 2020 г. HYBE подала заявку на целый ряд патентов на методы, используемые для передачи данных и управления цветами этих светодиодных палочек. На момент написания настоящей статьи эти патентные заявки еще не были рассмотрены КИПО.

ПРОМЫШЛЕННЫЕ ОБРАЗЦЫ

Поскольку права на промышленные образцы обеспечивают охрану важных элементов бренда BTS, они являются важным дополнением к их расширяющемуся портфелю активов ИС. Продажа товаров обычно является одним из важных источников дохода для музыкантов. Время и деньги, вложенные в разработку товаров, также могут создавать новые активы ИС, охраняемые правами на промышленные образцы, обеспечивающие уникальный внешний вид продукта.

Например, ARMY Bomb, главный символ преданности фанатов BTS, был выпущен в разных версиях. По данным Корейской системы информации о правах ИС (KIPRIS), в настоящее время HYBE владеет правами на три образца ARMY Bomb. У каждой группы, выступающей в жанре Кей-поп, обычно есть своя официальная светодиодная палочка со своим дизайном и названием. ARMY Bomb от BTS заряжается от батареи, и при подключении к официальному приложению BTS через Bluetooth она меняет цвет в ритме песен группы во время концертов.

ЛИЦЕНЗИРОВАНИЕ И ДРУГИЕ СТРАТЕГИИ В ОБЛАСТИ ИС

BTS эффективно использует свои права ИС для создания многочисленных возможностей для расширения своей вселенной и освоения новых источников доходов, в том числе доходов от лицензирования. С этой целью BTS создали множество вымышленных персонажей и продуктовых линеек. Например, в рамках BT21, футуристического проекта совместного творчества, реализуемого совместно с платформой LINE FRIENDS CREATOR, производятся фигурки-талисманы, напоминающие участников группы BTS, которые появляются в видео-анимациях, а также широкий ассортимент модной одежды, канцелярских товаров, косметики и продуктов питания. В рамках BT21 BTS сотрудничает со многими мировыми брендами, включая Converse, Reebok, Hello Kitty, Antisocialsocialclub, Neighborhood, UNIQLO, Melissa, The Crème Shop, Olive Young, Jandaia, Riachuelo, MediHeal, Dunkin' Donuts и другие.

Точно так же мультипликационные персонажи TinyTAN, которые отражают образы и сценические имена участников группы BTS, имеют собственный канал на YouTube и партнерские отношения с брендом. Они являются «лицом» BTS в таких проектах, как «Изучай корейский язык с TinyTAN», и различных анимационных фильмах.

ПОДВОДЯ ИТОГИ

Защищая свои художественные произведения и культивируя уникальные отношения со своими поклонниками, BTS демонстрируют, как стратегическое использование ИС может способствовать росту популярности бренда, приносить доход и создавать новые возможности для творчества. Бизнес-инновации и ИС, несомненно, являются важными факторами успеха группы и играют ключевую роль в создании и сохранении ее наследия.

Фотография, культура коренных народов и борьба с изменением климата

Ребекка Фердерер, Отдел традиционных знаний ВОИС



Фото: © Prince Loyd Besorio

Каждый день по всему миру миллионы фотографий запечатлевают все лучшее и худшее, что есть в человечестве, и то, как все это влияет на мир и наше существование в нем. Многие фотографы запечатлевают суровую реальность климатического кризиса, стараясь воодушевлять людей на борьбу с изменением климата.

Часто говорят, что лучше один раз увидеть, чем сто раз услышать. Фотография — это мощное средство коммуникации, позволяющее посмотреть на мир через новую линзу и больше узнать о нем. Каждый день по всему миру миллионы фотографий запечатлевают все лучшее и худшее, что есть в человечестве, и то, как все это влияет на мир и наше существование в нем. Например, сегодня многие фотографы запечатлевают суровую реальность борьбы с изменением климата, стремясь воодушевлять на позитивные изменения. Но фотография — это прежде всего продукт созидания, и права интеллектуальной собственности (ИС), в частности авторское право, играют важную роль в определении того, кому принадлежит фотография, как и кем она может быть использована.



Фото: © Ramona Elizabeth Servin Barboza

Фотографы из числа представителей коренных и местных общин могут использовать силу фотографии для повышения осведомленности о проблемах, с которыми сталкиваются их общины, и о том, какую важную роль они могут сыграть в смягчении последствий изменения климата.

В тот момент, когда вы щелкаете затвором своей камеры, вы получаете права на это вновь созданное изображение и можете решать, как другие могут использовать его. Однако многие фотографы не знакомы с этим основополагающим принципом закона об авторском праве. В сегодняшнем мире, который становится все более цифровым, как никогда важно понимать, в чем заключается это право, учитывая, что эти изображения могут стать достоянием глобальной аудитории.

«Фотографы часто не знают, что их работы охраняются авторским правом с момента их создания», — говорит Леонардо де Терлицци, старший юрисконсульт Международной конфедерации обществ авторов и композиторов (CISAC). «Признание этих прав действительно необходимо в современной цифровой экосистеме, в которой фотографии обладают удивительным потенциалом, способностью охватить огромную аудиторию во всем мире».

НЕОБХОДИМОСТЬ ПОВЫШЕНИЯ ОСВЕДОМЛЕННОСТИ ОБ ИС СРЕДИ КОРЕННЫХ НАРОДОВ И МЕСТНЫХ ОБЩИН

Хотя четкое понимание того, как авторское право может защитить их интересы, важно для фотографов во всем мире, это особенно необходимо представителям коренных народов. На протяжении поколений эти общины накапливали богатство традиционных знаний и связанное с ними нематериальное культурное наследие. Все это имеет огромное значение для их идентичности и повседневной жизни и все чаще признается одним из важнейших факторов эффективности действий по борьбе с изменением климата.

Когда эти культурные ценности остаются незащищенными и используются другими, без согласия соответствующей общины, эти коренные народы и их наследие подвергаются риску быть неправильно понятыми или представленными в невыгодном свете, что может иметь далеко идущие последствия. В тех случаях, когда традиционные знания являются священными или секретными, для общины еще важнее иметь возможность осуществлять свои права и защищать их от такого неправомерного использования. С финансовой точки зрения отсутствие защиты может повредить экономическим перспективам этих сообществ, может быть, даже лишая их возможности пользоваться своим же культурным наследием. Обладая четким пониманием того, как они могут извлечь выгоду из авторского права, фотографы из числа представителей коренных и местных общин могут использовать силу фотографии для повышения осведомленности о проблемах, с которыми сталкиваются их общины, и о том, какую важную роль они могут сыграть в смягчении последствий изменения климата.

СТРЕМЛЕНИЕ ЗАДОКУМЕНТИРОВАТЬ КУЛЬТУРНОЕ РАЗНООБРАЗИЕ В МИРЕ

Принятие в 2003 г. Конвенции ЮНЕСКО об охране нематериального культурного наследия дало старт настоящей гонке – кто быстрее задокументирует (зарегистрирует и оцифрует) огромное культурное многообразие мира. Эта задача становится еще более неотложной, когда существует опасность утраты культур и традиций, связанная с климатическим кризисом.

В целом, составление и ведение реестров, перечней и инвентарных списков является для этих общин практическим способом сохранения своего нематериального культурного наследия и защиты своих прав и интересов. Но эти ценности иногда довольно непросто задокументировать, в том числе с помощью фотографий. Во-первых, дело в том, что часто этим занимаются отдельные специалисты (этнологи, собиратели фольклора и антропологи), учреждения (музеи и архивы) и государственные органы (министерства культуры), не имеющие культурных связей с коренными народами или местными общинами, которым принадлежит это культурное наследие. Во-вторых, в рамках таких инициатив иногда не уделяется достаточно внимания женщинам и более молодым членам этих общин, чьи мнения и интересы могут остаться непредставленными. В-третьих, если коренные народы и местные общины хотят самостоятельно документировать свое нематериальное культурное наследие, им необходимы для этого технические навыки и глубокие знания в области ИС для управления правами, вытекающими из этого процесса.

Документирование традиционных знаний и традиционных выражений культуры не является самоцелью, но может быть частью более широкого подхода к сохранению и защите прав коренных народов и местных общин. Например, чтобы извлечь выгоду из существующей системы ИС, эти общины могли бы создавать визуальные записи или моментальные снимки своих культурных объектов и других современных адаптаций своих традиционных знаний и традиционных выражений культуры. Такие произведения автоматически подлежат авторско-правовой охране и, в зависимости от их характера, на них может также распространяться охрана товарных знаков и/или образцов.

Это не идеальное решение, но для некоторых представителей коренных народов и местных общин это может быть источником дохода. Таким образом, крайне важно, чтобы инициативы по расширению прав и возможностей коренных народов и местных общин и оказанию им поддержки помогали им лучше понять, как они могут использовать существующую систему ИС для защиты своих интересов.

О Фотопремии ВОИС для молодежи из числа коренных народов и местных общин 2021–2022 гг.

В 2021 г. по случаю Международного дня молодежи Отдел традиционных знаний ВОИС учредил Фотопремию ВОИС для молодежи из числа коренных народов и местных общин 2021-2022 гг. Темой этой инициативы стало «Изменение климата и борьба с ним: родная Земля нашими глазами». Премия была учреждена для того, чтобы продемонстрировать творческий потенциал молодых представителей коренных народов и местных общин. Она также призвана способствовать повышению осведомленности этих общин о том, как можно использовать авторское право для защиты фотографий.

Изменение климата оказывает серьезное воздействие на коренные народы и местные общины во всем мире и вызывает особую обеспокоенность у молодежи. ВОИС предложила участникам, молодым людям в возрасте до 30 лет, представить оригинальные фотографии, снятые с использованием любых устройств, включая мобильные телефоны. Участники также должны указать, как их фотографии выражают их отношение к глобально значимым темам, таким как изменение климата и борьба с ним.

ВОИС назначила жюри, состоящее из четырех судей, являющихся всемирно признанными фотографами из числа коренных народов и местных общин, для оценки работ и выбора победителей.

Победители получают различные награды, в том числе фотооборудование и лицензии на соответствующее программное обеспечение, а также возможность обучения и наставничества в области фотосъемки под руководством партнеров ВОИС.

Всем участникам фотоконкурса будет предложено принять участие в виртуальном тренинге на тему фотографии и авторского права, организованном ВОИС в сотрудничестве с Международной конфедерацией обществ авторов и композиторов (CISAC). В ходе интерактивной сессии фотографа́м будут представлены практические рекомендации в отношении того, как использовать авторское право и управлять им.

Победители премии в области фотографии будут объявлены в Международный день Матери-Земли 22 апреля 2022 г.

Фото: © Joanderson Gomes de Almeida



В своем нынешнем виде система ИС не позволяет охранять «основообразующие» или «уже существующие» традиционные знания. Представляющие разные страны участники переговоров в ВОИС уже много лет занимаются вопросами ИС, касающимися генетических ресурсов, традиционных знаний и фольклора. Передача этих традиционных форм творчества и инноваций преимущественно в устной форме, а также тот факт, что эти знания принадлежат всей общине, добавляют дополнительные слои к этой сложной дискуссии на тему ИС.

СОЗДАНИЕ ВИЗУАЛЬНОГО АРХИВА КУЛЬТУРНОГО НАСЛЕДИЯ

Для представителей коренных народов и местных общин, особенно для молодежи, фотография может служить мощным инструментом, при помощи которого они могут вносить свой вклад в сохранение своих традиционных знаний и традиционных выражений культуры.

«Мы переживаем решающий исторический момент, когда у нас есть доступ к технологиям, которые могут помочь нам создать визуальный архив, при помощи которого мы сами, без посредников, сможем продемонстрировать, кто мы есть», — говорит Эли Фаринанго, художница из племени кечуа, родившаяся в Кито, Эквадор, и выросшая на Черепашьем острове в Канаде.

«Нам важно иметь возможность визуально представлять эти истории со всеми нюансами и во всех подробностях, поскольку визуальные эффекты, которые мы создаем, будут воспитывать будущие поколения», — говорит г-жа Фаринанго. Она использует свое искусство, чтобы восстановить традиции своих предков и создать условия для обмена знаниями с теми, кого она фотографирует.

«Быть фотографом, представляющим коренной народ, — это значит научиться целенаправленно использовать фотографию, чтобы визуализировать радость, проблемы и историю наших общин так, как мы видим все это. [Это] означает, что я должна всегда помнить, что моя работа выполняется с согласия, на основе взаимности и с уважением к тем, кто решил поделиться со мной своими историями», — объясняет г-жа Фаринанго.

С появлением социальных сетей, благодаря которым можно с легкостью обмениваться изображениями в интернете, повышение осведомленности представителей коренных народов и местных общин о том, как авторское право может использоваться для защиты их фотографий, становится как никогда важным.

РАССКАЗЧИКИ, ПРЕДСТАВЛЯЮЩИЕ КОРЕННЫЕ НАРОДЫ И МЕСТНЫЕ ОБЩИНЫ, ВНОВЬ «В КАДРЕ»

Когда речь заходит о фотографии, Даниэль Да Силва, основательница и исполнительный директор организации «Фотографы без границ», считает, что рассказчики из числа коренных народов — это то, чего уже давно нет «в кадре». «Важно, чтобы голоса коренных народов были услышаны, а это означает, что каждое учреждение должно прилагать целенаправленные усилия, чтобы это произошло», — говорит она.

Эта точка зрения особенно актуальна, учитывая ту роль, которую коренные народы играют в борьбе с изменением климата.

Коренные народы составляют менее 5 процентов населения мира, но они уже на протяжении тысячелетий обеспечивают защиту более 80 процентов мирового биоразнообразия. «Мы находимся на перепутье, когда мы, наконец, осознали ущерб от климатического кризиса, в котором мы оказались, и нам предстоит сделать важный выбор и решить, что делать дальше», — говорит г-жа Да Силва.

Признавая значение этого начинания, в 2021 г. ВОИС учредила Фотопремию, которая вручается молодым представителям коренных народов и местных общин и стимулирует их к тому, чтобы показывать на фотографиях, как меняется климат и какие действия предпринимаются для борьбы с его изменением (см. стр. 42).

Изменение климата оказывает влияние на коренные народы и местные сообщества во всем мире и вызывает особую обеспокоенность у молодых членов этих общин. Коренные народы и местные общины играют решающую роль в продолжающейся борьбе с изменением климата, однако именно они чаще всего в наибольшей степени страдают от последствий изменения климата, объясняет Иеремия Кипайной, отмеченный наградами мультимедийный журналист из Кении. Родившийся и выросший в общине масаи, г-н Кипайной известен своей способностью запечатлеть важные моменты из жизни коренных общин Кении.

«Эта тема [Фотопремия ВОИС] особенно актуальна в наше время, когда засухи становятся все более сильными и продолжительными, демографическая ситуация, в которой оказалось моя кочевая община, становится все более сложной, а экономические проблемы — все более серьезными», — говорит г-н Кипайной. «Поэтому людям важно рассказывать истории о последствиях изменения

Отдел традиционных знаний

Одним из направлений деятельности ВОИС является охрана традиционных знаний и традиционных выражений культуры на благо коренных народов, местных общин и развивающихся стран. Эта деятельность также охватывает генетические ресурсы и данные. ВОИС сотрудничает непосредственно с коренными народами, местными общинами и правительствами стран, помогая им охранять и продвигать инновации и творчество коренных народов и местных общин в интересах их экономического, культурного и социального развития. Фотопремия ВОИС является частью этой работы.

Выражение признательности

Фотопремия ВОИС была учреждена по согласованию с Консультативным советом, состоящим из представителей коренных народов и местных общин, а также членов международных организаций, представителей правительств и частных лиц, работающих в таких областях, как изменение климата, биоразнообразие, фотография, ИС, СМИ и предпринимательство. ВОИС выражает всем глубокую благодарность за консультации и помощь.

климата на основе их личного опыта», — продолжает он. Независимо от того, берете ли вы в руки камеру, чтобы запечатлеть свою культуру, или слушаете истории, рассказываемые теми, кого непосредственно затрагивают эти глобальные проблемы, коренные народы и местные общины имеют уникальную возможность использовать свое творчество и созданные в этом процессе права, чтобы привлечь внимание к тому, насколько серьезен продолжающийся кризис.

Знания коренных народов и местных общин часто имеют большое значение для поиска решений в преодолении климатического кризиса. Как отметил Алексей Цикарев, член Постоянного форума ООН по вопросам коренных народов (2020–2022 гг.), премия ВОИС в области фотографии важна, поскольку она «позволяет услышать мнения коренных народов о проблеме изменения климата [...] и позиционирует молодежь из числа коренных народов как новых лидеров в процессе смягчения последствий изменения климата». Отмечая, что цель конкурса — «не только искусство и повышение осведомленности», он говорит, что «он также направлен на то, чтобы роль [коренных и местных] общин становилась все более важной, и чтобы они действовали еще более продуманно, по мере того как их роль за столом переговоров по климату растет».

ЗАДЕЙСТВОВАТЬ ПОВЕСТВОВАТЕЛЬНУЮ СИЛУ ФОТОГРАФИИ В БОРЬБЕ С ИЗМЕНЕНИЕМ КЛИМАТА

«Коренные народы относятся к числу наиболее уязвимых групп населения, поэтому очень важно отстаивать их интересы и учитывать их мнения, чтобы понять всю сложность ситуации, в которой мы оказались, и что необходимо сделать, чтобы изменить ее», — говорит Найла Азми, представительница народа батак, фотограф, рассказчица и защитница природы, живущая на острове Суматра, Индонезия.

Проработавшая в этой области более десяти лет, г-жа Азми страстно увлечена своим делом – сохранением культурного наследия и расширением прав и возможностей женщин и других социально незащищенных групп. Она решительно выступает в поддержку признания традиционных знаний, связанных со смягчением последствий изменения климата и адаптацией к ним. Эти знания передаются из поколения в поколение и являются выражением жизнеспособности общины. Они способствуют усилиям, прилагаемым коренными народами и местными общинами к сохранению окружающей среды. Они также помогают коренному народу сохранить свою идентичность и напомнить себе (и остальным) о роли, которую местные общины играют в защите своих земель. «Я использую силу своих фотографий и рассказов, чтобы изменить планету, на которой мы живем», — говорит г-жа Азми, призывая других делать то же самое.

Создание и охрана онлайн-бренда: советы начинающему предпринимателю

Кэтрин Парк, директор, Strategic Trademark Initiatives, штат Коннектикут, США

У вас все получилось! Вы создали и открыли интернет-магазин, подключились к каналу YouTube, разработали приложение. Вам удалось заинтересовать несколько инвесторов, разработан отличный контент и все готово к торговле. А теперь нужно создать привлекательный узнаваемый бренд, который поможет вам быстро монетизировать ваш тяжелый труд. Охрана товарных знаков имеет решающее значение для установления долгосрочных охраняемых прав на выбранный вами бренд. Индивидуальность бренда, его узнаваемость обеспечиваются названием, товарным знаком, логотипом, рекламным лозунгом и другими признаками, такими как цветовая схема (всем тем, что в совокупности составляет бренд). Большая часть всего этого подлежит защите в соответствии с законом о товарных знаках в любой стране и юрисдикции.

НЕ ПОЛАГАТЬСЯ ИСКЛЮЧИТЕЛЬНО НА ОПИСАТЕЛЬНЫЕ ФРАЗЫ

Часто придумывание названия и брендинг любого нового предприятия считаются наиболее интересной частью создания бизнеса. Вы или ваши друзья придумываете интересное название и логотип. Или же вы наняли консультанта по брендингу, который поможет вам выбрать для вашего бренда выразительное и запоминающееся название. Вот несколько полезных советов в этом отношении.

Не полагайтесь исключительно на описательные фразы. Ваша технология может быть самой «умной» из всех умных технологий, но никто не может владеть

охраняемым правом использовать этот термин. Общие термины, используемые для описания определенного класса товаров или услуг, никогда не подлежат охране, поэтому если вы решите упростить все до минимума и назвать ваши новые духи просто «ДУХИ», это не даст вам никаких охраняемых прав. И хвалебные эпитеты обычно также не подлежат охране, поэтому бренд типа «ЛУЧШИЙ», мало что вам даст в плане охраняемых прав.

Если в разработке бренда участвовало третье лицо, будь то ваш лучший друг или консультант по маркетингу и брендингу, убедитесь в том, что вы получили соответствующее согласие от всех тех, кто участвует в передаче всех таких прав вам или компании, которая будет владеть брендом и управлять им. В противном случае у вас будут проблемы в будущем, когда вам нужно будет подать заявку на охрану вашего нового бренда, и непонятно, кто должен быть законным владельцем.

Предположим, что вы избежали этих распространенных ошибок, и теперь вам необходимо предпринять шаги, чтобы гарантировать, что вы сможете закрепить юридически охраняемые права в своем новом узнаваемом бренде во избежание юридических проблем из-за непреднамеренного копирования бренда другой стороны.

ПРОВЕСТИ ПОИСК ПО ТОВАРНЫМ ЗНАКАМ

В большинстве стран законы о товарных знаках наделяют исключительными правами на бренд, используемый применительно к конкретным товарам и услугам, при условии, что этот бренд или что-то очень похожее

**“Благодаря
небольшим
вложениям
времени и
капитала,
а также
грамотной
юридической
помощи
ваш бренд
может стать
успешным!”**

на него, даже если это не полностью то же самое, уже не используется третьей стороной для таких же или похожих предлагаемых для продажи товаров или услуг.

Первым шагом является поиск на предмет «чистоты», с тем чтобы убедиться в том, что знак уже не используется кем-то другим, в противном случае у вас могут возникнуть проблемы. Если вы подали заявку на регистрацию вашего бренда, не сделав этот первый шаг, это может оказаться чрезвычайно дорогостоящей ошибкой, поскольку пошлина за регистрацию не подлежит возврату, а расходы на защиту вашего бренда в судебном порядке или в порядке рассмотрения соответствующего спора ведомством по товарным знакам могут быть непомерно высокими.

ИТАК, КАК ПРОВОДИТСЯ ПОИСК ПО БРЕНДАМ, ЧТОБЫ НАЙТИ ЧТО-ТО ПОДХОДЯЩЕЕ, ЧТО УЖЕ НЕ ИСПОЛЬЗУЕТСЯ КЕМ-ТО ЕЩЕ?

Во-первых, нужно решить, на каких географических регионах будет сосредоточено ваше внимание. Вы ориентируетесь на новых клиентов в Китае и Индонезии? Ваш потенциальный рынок – Соединенные Штаты или Европейский Союз? Даже если у вас грандиозные планы и вы надеетесь стать глобальной компанией, поиск похожих брендов по всей планете не под силу даже корпорациям-гигантам, поэтому определите для себя отправную точку.

Далее посмотрите, какие у вас есть варианты такой «проверки на чистоту». Все ведомства по товарным знакам имеют базы данных по зарегистрированным товарным знакам и полученным заявкам. Поиск по этим базам данных можно провести бесплатно онлайн. Многие начинающие владельцы товарных знаков пытаются определить, можно ли использовать тот или иной знак, основываясь на результатах такого поиска. Хотя эти усилия достойны похвалы и могут быть хорошим первым шагом, их недостаточно, чтобы убедиться в том, что интересующий вас бренд уже не зарегистрирован кем-то другим.

Как расценивать результаты поиска, когда выявлены аналогичные или похожие бренды, которые часто охватывают огромное множество товаров и услуг?

Фирмы, специализирующиеся на проведении поиска по товарным знакам и их проверке на «чистоту», могут проводить всесторонний поиск планируемого бренда. Отчеты о таком поиске часто бывают очень длинными и в них может быть сложно разобраться. Хотя поисковые компании постоянно совершенствуют свои продукты, чтобы сделать их более удобными для тех, кто не является специалистами по товарным знакам, даже в этом случае информационные панели и инструменты оценки рисков иногда не позволяют получить точную информацию о рынке, на котором будет конкурировать ваш бренд. И, что немаловажно, поисковые фирмы, как правило, не дают юридического заключения о доступности товарного знака, что может иметь решающее значение, если ваши права когда-либо будут оспорены.

ПРОКОНСУЛЬТИРОВАТЬСЯ С ЮРИСТОМ

Лучший подход — отложить часть средств на оплату юридической помощи и проконсультироваться с юристом. Хороший специалист по товарным знакам может заказать поиск на предмет «чистоты» знака с

Фото: Yok_Piyapong / iStock / Getty Images Plus



Часто придумывание названия и брендинг любого нового предприятия считаются наиболее интересной частью создания бизнеса, но необходимо также предпринять другие важные шаги для разработки охраняемых законом прав на ваш новый бренд во избежание юридических проблем, которые могут возникнуть в случае непреднамеренного копирования бренда другой стороны.

учетом ваших потребностей, просмотреть результаты, имея в виду законодательство о товарных знаках, и вынести рекомендации, указав на потенциальные подводные камни и, возможно, разработав стратегию предотвращения таких проблем.

Хотя услуги юридических фирм могут быть довольно дорогими, многие из них взимают фиксированную плату за услуги, связанные с выбором бренда. Если вы являетесь небольшим стартапом или некоммерческой организацией, некоторые компании, а также юридические фирмы могут предоставить соответствующие услуги бесплатно. Юридические факультеты также могут организовывать практические занятия, помогающие решать такие вопросы.

ПОДАТЬ ЗАЯВЛЕНИЕ НА РЕГИСТРАЦИЮ ТОВАРНОГО ЗНАКА

Допустим, вы убедились в «чистоте» вашего бренда и готовы начать его использовать. Нужно ли сделать что-то еще? Простой ответ – да. Хотя больше нет необходимости ждать, и вы можете начать использовать свой бренд, вы должны незамедлительно подать заявки на регистрацию товарных знаков, слоганов и логотипов вашего бренда, чтобы обеспечить их охрану применительно к товарам и услугам, которые вы продаете или предлагаете.

В большинстве стран, за важным исключением США, сторона, подавшая заявку на регистрацию товарного знака первой, считается обладательницей исключительных прав на него. Крайне важно подать заявку

как можно скорее после того, как вы «очистили» свой бренд. В Соединенных Штатах, где одним из условий регистрации товарного знака является его фактическое использование, своевременная подача заявки с намерением использовать защитит ваш бренд от последующих заявителей, даже если кто-то другой уже начал его использовать, при условии, что вы подали заявление, подтверждающее, что вы приступили к использованию знака в течение установленного временного интервала.

Куда подается заявка? Регистрировать свой новый бренд во всех без исключения странах и юрисдикциях – это просто нецелесообразно с точки зрения затрат. Начните с подачи заявок в юрисдикциях, в которых вы планируете использовать бренд и/или производить идентифицируемые им продукты.

Хотя большинство ведомств по товарным знакам позволяют владельцам подавать заявки непосредственно в режиме онлайн, имеет смысл воспользоваться услугами квалифицированных профессиональных юристов. При подаче заявки необходимо указать некоторые подробности, такие как классификация товаров и услуг, в связи с которыми будет использоваться бренд, возможный отказ от описательных частей бренда и указание наименований товаров и услуг, которые будут предлагаться для продажи, с использованием правильной терминологии.

Хотя многие онлайн-порталы официальных ведомств по товарным знакам предоставляют обучающую помощь,



сама по себе подача заявки на регистрацию (от своего имени) может привести к трудностям в дальнейшем. Еще более проблематичным может быть использование одной из многочисленных компаний, которые не являются юридическими фирмами, но предлагают быструю помощь в подаче документов. Часто такие фирмы просто запрашивают у вас информацию, необходимую для подачи формы, но при этом не указывают на какие-либо потенциальные проблемы, которые могут возникнуть в связи со знаком, в частности в связи с его описательным или родовым характером, невозможностью регистрации или по другим причинам. Несмотря на то, что некоторые юридические услуги могут быть оказаны за дополнительную плату, эти фирмы могут быть не в состоянии справиться со сложными возражениями или запросами от ведомств по товарным знакам.

Экономически эффективное решение, опять же, состоит в том, чтобы найти опытных юристов. Многие фирмы взимают фиксированную плату, а некоторые также оказывают юридическую помощь бесплатно. Ваш юрисконсульт также может помочь вам решить, следует ли вам подавать заявку на регистрацию товарного знака в нескольких юрисдикциях, и, если да, помочь разработать комплексную стратегию подачи заявок для охраны вашего бренда.

Когда заявка подана, ведомство по товарным знакам тщательно изучает ее и может в своем ответе задать вопросы или указать возражения. Юрист должен быть в состоянии проконсультировать вас и составить ответы на эти вопросы и возражения.

Прошло несколько месяцев. Ваш бренд зарегистрирован! У вас есть исключительные права на ваш новый бренд, под которым можно продавать ваши товары! Что это значит для вас и что делать дальше?

СДЕЛАТЬ БРЕНД УЗНАВАЕНЫМ

Во-первых, используйте свой бренд целенаправленно и последовательно, чтобы он становился все более узнаваемым среди потенциальных покупателей. Такие бренды, как Coca-Cola, например, мгновенно узнаваемы отчасти благодаря постоянному использованию одной и той же цветовой схемы, шрифта и логотипа. Если бренд не задуман как постоянно меняющийся свой цвет, или если шрифт, которым набрано название, специально меняется, и клиенты считают это атрибутами бренда, используйте это последовательно. Если вы подали заявку на регистрацию логотипа или названия, напечатанного характерным шрифтом, используйте знак в том виде, в котором он был указан в поданной заявке. В противном

случае возможно, что вы не сможете полагаться на свою регистрацию, если вам потребуется обеспечить соблюдение своих прав.

Во-вторых, обеспечьте охрану своего бренда, подав заявку на его регистрацию в качестве доменного имени, и защитите его в социальных сетях, таких как Twitter, Instagram и других.

НАБЛЮДАЙТЕ ЗА СВОИМ БРЕНДОМ В ИНТЕРНЕТЕ

Вы должны следить за своим брендом в интернете, чтобы убедиться в том, что он не используется кем-то незаконно или не по назначению. Чаще всего, если это произошло, первыми вам сообщат об этом ваши клиенты. Если вы обнаружите, что бренд используется неправомерно, вам нужно будет определить, происходит ли это на определенном уровне, и какие меры необходимо принять.

Хотя подражание — самая искренняя форма лести, оно может поставить под угрозу законные права, к созданию и охране которых вы приложили столько усилий. Во многих случаях начать можно с письма с требованием немедленно прекратить неправомерное использование бренда, но, опять же, лучше, если такого рода требование исходит от юриста. Если причиняющее вред использование связано с доменным именем, нарушающим авторские права, существуют также процедуры оспаривания такого использования, применить которые юрисконсульт может помочь относительно быстро и недорого.

Если нарушающее права интеллектуальной собственности использование бренда фактически является контрафакцией — иными словами, продаваемые поддельные продукты выдаются за ваши, вам, возможно, придется предпринять более решительные юридические действия, например, обратиться в суд или в правоохранительные органы. Такого рода проблемы правоприменения обычно возникают не сразу, а, как правило, только после того, как бренд утвердился среди целевого демографического контингента клиентов. Если у вас налажены хорошие отношения с опытным поверенным по товарным знакам, у вас есть ресурс, который может быстро прийти вам на помощь. Ваш адвокат также может помочь вам решить, следует ли вам принять упреждающие меры, такие как подача копии вашего регистрационного удостоверения в различные таможенные органы, которые затем могут конфисковать контрафактные товары на границе.

Благодаря небольшим вложениям времени и капитала, а также грамотной юридической помощи ваш бренд может стать успешным!



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)