

КОММУНИКАЦИОННО-ПРАВОВОЙ ДИЗАЙН СФЕРЫ ИНТЕЛЛЕКТУАЛЬНОЙ СОБСТВЕННОСТИ В МЕДИАЭПОХУ COMMUNICATION AND LEGAL DESIGN OF INTELLECTUAL PROPERTY IN THE MEDIA ERA

Мария Валериевна ДОРОШЕНКО

Российская государственная академия интеллектуальной собственности, Москва, Россия,
md@legalpics.ru,
<https://orcid.org/0000-0003-2586-3198>

Информация об авторе

М.В. Дорошенко — преподаватель кафедры общеобразовательных дисциплин Российской государственной академии интеллектуальной собственности, генеральный директор «ЛигалПикс», экс-руководитель центра общественных связей Федеральной службы по интеллектуальной собственности

Аннотация. Правовая культура сегодня не в полной мере отражает интересы создателей контента. Появление новых форм подачи информации и каналов коммуникации предопределяет необходимость развития юридических технологий, учитывающих изменившиеся запросы пользователей. Анализ способов информирования государством общества показал важность применения принципов юридического дизайна для эффективного донесения ключевых сообщений. В работе акцентировано внимание на коммуникационно-правовом дизайне сферы интеллектуальной собственности (ИС) как направлении для повышения доступности и открытости системы. Сфера ИС призвана стимулировать инновации и креативные инициативы, предоставляя нужные инструменты и механизмы для регистрации прав и монетизации творческого труда. Дальнейшее развитие и применение юридических инноваций позволит уменьшить разрыв между системой ИС и потребностями аудитории и вовлечь в коммуникацию неохваченных правообладателей. Цель статьи — показать необходимость фокусировать внимание на интересах пользователей и создании социальной ценности в сфере интеллектуальной собственности.

Ключевые слова: цифровая трансформация, юридический дизайн, пользовательский контент, LegalTech, ис-

кусственный интеллект, правовая культура, дизайн-мышление, интеллектуальная собственность, эмпатия

- Для цитирования: Дорошенко М.В. Коммуникационно-правовой дизайн сферы интеллектуальной собственности в медиаэпоху // Труды по интеллектуальной собственности (Works on Intellectual Property). 2022. Т. 41, № 2. С. 60–68;
- DOI: <https://doi.org/10.17323/tis.2022.14448>

Maria V. DOROSHENKO

Russian State Academy of Intellectual Property, Moscow, Russia,
md@legalpics.ru,
<https://orcid.org/0000-0003-2586-3198>

Information about the author

- M.V. Doroshenko — lecturer of the General Education Department of the Russian State Academy of Intellectual Property, CEO of LegalPics, former head of the Public Relations Center of the Federal Service for Intellectual Property

- **Abstract.** Legal culture today doesn't fully reflect the interests of content creators. Appearance of new forms of information delivery and communication channels predetermines the necessity of legal technologies development, taking into account the changed requirements of users. Analysis of the ways in which information is conveyed by the state to society has shown the importance of applying the principles of Legal Design for effective delivery of key messages. The paper focuses on the communication and Legal Design of intellectual property (IP) sphere as a direction to increase the accessibility and openness of the system. The intellectual property sphere is designed to stimulate innovation and creative activity by providing the right tools and mechanisms for rights registration and further monetization of creative work. Further development and application of legal innovations will reduce the gap between the IP system and the

needs of the audience and involve uncovered right holders in the communication. The aim of the paper is to show the need to focus on the interests of users and the creation of social value in the field of intellectual property.

Keywords: digital transformation, Legal Design, user-generated content, LegalTech, artificial intelligence, legal culture, design thinking, intellectual property, empathy

For citation: Doroshenko M.V. Communication and Legal Design of intellectual property sphere in the media era // Works on Intellectual Property. 2022. Vol. 41 (2). P. 60–68; DOI: <https://doi.org/10.17323/tis.2022.14448>

Мы живем в мире медиа — расширяющейся системы массовых коммуникаций, информационного взрыва.

Н.Б. Кириллова

ЦИФРОВАЯ ТРАНСФОРМАЦИЯ

• В ИНФОРМАЦИОННУЮ ЭПОХУ

- Современную эпоху постиндустриального развития исследователи определяют по-разному: одни — как «информационную», другие — как «постмодернистскую», третьи — как «период глобализации».
- Ясно одно: «Мы живем в мире медиа — расширяющейся системы массовых коммуникаций, информационного взрыва» [5, с. 5].
- Даниэль Бэлл, известный американский ученый, в своих трудах так описал информационную эпоху: «Если инструментальные технологии были продолжением физической силы человека, то коммуникативные технологии как продолжение восприятия и знаний расширили человеческое сознание» [13, с. 507].
- Бэлл предполагал, что слияние технологий откроет информационную эпоху. В XIX в. и первой половине XX столетия главными средствами обмена информацией были книги, газеты, журналы, библиотеки. Во второй половине XX в. их вытеснили радио, телевидение и кабельные технологии. Слияние этих технологий, а также появление компьютеров «стали той самой искрой, которая разожгла пламя информационной эпохи» [13, с. 15].
- Исследователи выделяют пять структурных перемен, запустивших информационную эпоху:
- 1) слияние телефонных и компьютерных коммуникаций;
 - 2) замена бумажных документов электронными;
 - 3) повсеместное развитие телевидения за счет развития сетевых технологий;
 - 4) появление компьютерных баз данных — главного централизованного агрегатора знаний и информации в мире;
 - 5) серьезное расширение образовательной системы благодаря обучению с помощью компьютеров.
- Томас Сибел, крупнейший специалист в области информационных технологий, исследуя современный мир, выделил четыре доминирующих технологических вектора:
- 1) эластичные облачные вычисления;
 - 2) большие данные;

- 3) искусственный интеллект (ИИ);
- 4) интернет вещей (IoT).

Мы наблюдаем новое слияние технологий — облачных вычислений, Big Data, ИИ, IoT. Применение этих технологий обеспечивает цифровую трансформацию, то есть кратный рост производительности и качества жизни — «10х скорость, 100х масштаб, и 3000х эффект» [10, с. 9].

«Как известно, изменения — единственное, что постоянно в этом мире. Сегодня компании, чтобы оставаться на месте, должны, словно Алиса в Зазеркалье, двигаться все быстрее и быстрее», — считает Филип Котлер [6, с. 39]. Компания должна вовремя отрабатывать «стратегические точки перегиба». Так, Эндрю Гроув, сооснователь корпорации Intel, предложил называть «время в жизни предприятия, когда меняются основы бизнеса».

В информационном поле наряду с материалами от официальных СМИ появляется все больше пользовательского контента. Цифровая трансформация медиа приводит к изменению формата подачи информации и созданию новых каналов коммуникации.

За последнее десятилетие потребитель, его привычки и предпочтения кардинально изменились. Более того, даже сравнивая аудиторию год назад и сейчас, можно заметить значительную разницу, причиной которой стала всемирная пандемия COVID-19. Инструменты коммуникации и тенденции, которые были актуальны совсем недавно, сегодня неэффективны, а порой даже раздражают в общении с современным потребителем.

Для того чтобы оставаться на плаву, компании необходимо общаться с помощью актуальных каналов коммуникации, следуя мировым тенденциям.

Согласно результатам исследования компании Statista, около 2,5 млрд человек являются активными пользователями приложений для обмена сообщениями. Это почти на 20% больше, чем было в прошлом году. При таких темпах увеличения количества пользователей мессенджеров в 2022 г. более 3 млрд человек будут использовать приложения для обмена сообщениями ежедневно.

По мнению Этьена Дюпона, директора по решениям для обмена бизнес-сообщениями Rakuten Viber, в мессенджерах можно найти любое решение для любой задачи бизнеса — от вовлечения в общение и обратной связи до предоставления круглосуточной клиентской поддержки.

Мир изменился, а вместе с ним претерпела изменения визуальная коммуникация. В 2022 г. перед создателями контента стоит задача подумать о новых запросах, ценностях и болевых точках клиентов, переосмыслить подходы к созданию информационного продукта.

НОВЫЕ ЦИФРОВЫЕ МЕДИАФОРМАТЫ

ИИ продолжает позитивно проявлять себя в рамках коммуникации с клиентами благодаря возможности быстро обрабатывать огромные объемы информации и автоматизировать рабочие процессы. С каждым годом бизнес все активнее внедряет роботизацию, и к 2024 г., согласно прогнозам Gartner, 75% компаний перейдут на использование технологий ИИ для выполнения различных задач.

Подкасты, видео, кросс-медийный контент, виртуальные пресс-туры и онлайн-мероприятия — это то, что стало must have в 2020 г. Кроме того, существуют сопутствующие тренды — O2O (Online to offline), DTC (Direct to client), BI (Business Intelligence), CRM и контент-маркетинг.

По мнению Романа Карманова, гендиректора фонда культурных инициатив, именно на стыке маркетинга и PR, аналитики и менеджмента, внутренних и внешних коммуникаций в цифровых средах будут возникать новые форматы и инструменты коммуникаций.

Общим трендом в 2021 г. стала цифровая трансформация, растущая зависимость от цифровых медиа как для бизнеса, так и для потребителей. Направление продолжает развиваться в 2022-м. Медиа будут играть все большую роль в жизни человека — теперь уже в политическом, экономическом, технологическом и социальном планах. Многие эксперты отмечают и то, что креативность как качество и инструмент будет играть все большую роль не только в креативных индустриях, но прежде всего в коммуникациях. Сегодня изменения в медиа могут занимать всего лишь месяцы и недели, а не годы, как раньше, поэтому нет времени на долгие решения.

ПРАВОВАЯ КУЛЬТУРА В СОВРЕМЕННОМ ОБЩЕСТВЕ

В новых реалиях права создателей контента не защищены в полной мере. Сфера интеллектуальной собственности регулирует оборот нематериальных прав, но правовая культура по-прежнему в недостаточной степени отражает интересы авторов.

Одна из проблем — низкая степень информированности участников креативной индустрии. У создателей контента зачастую отсутствует понимание законодательства.

В Высшей школе экономики оценили формулировки российских законов: они все труднее для понимания даже практикующими юристами. Такой вывод сделан по итогам проведенного ВШЭ исследования, в котором рассчитали специальный индекс для оценки сложности прочтения российских законов. Всего ученые проанализировали 592 закона.

В целом, интегральный индекс сложности текста российских законов неуклонно растет, отметили исследователи. В 1991 г. он составлял 30,8, а сейчас — уже 40. Для сравнения приведен интегральный индекс «Критики чистого разума» Иммануила Канта. Он составляет всего 48, тогда как у самых сложных законов РФ этот индекс равен 65.

«Законы написаны таким образом, что трудно читаемы даже для практикующих юристов», — приводит издание «Коммерсантъ» мнение заместителя директора Института государственного и муниципального управления ВШЭ Сергея Плаксина.

Согласно основным итогам исследования, язык российского законодателя в среднем в 10 раз сложнее литературного русского. Законы становятся все многословнее: за 20 лет увеличилась в 2,5 раза длина текста закона, а средний объем статьи вырос в 3 раза. Интегральный индекс сложности текста за 20 лет возрос. Эксперты Института государственного и муниципального управления НИУ ВШЭ отмечают, что каждый год нормативные акты в России становятся сложнее для восприятия.

Усложнение законодательства не способствует повышению уровня правовой культуры. Отсутствие понимания правовых ограничений и возможностей препятствует эффективному ведению деятельности для создателей контента.

Таким образом, в системе коммуникации «государство — человек» возникает запрос на эмпатию. Григорий Ивлиев, президент Евразийского патентного ведомства, отметил, что на сегодняшний день Роспатент успешно содействует эффективному решению задачи по наращиванию патентной активности и выходу страны в топ-5 мировых лидеров. Заявленные ведомством на Коллегии Роспатента 18 февраля 2022 г. приоритеты будут содействовать эффективному развитию сферы интеллектуальной собственности, совершенствованию гражданского законодательства и созданию комфортной клиентоориентированной среды для изобретательского и предпринимательского сообщества.

По мнению руководителя юридического департамента группы компаний INDITEX RUSSIA Артема Подшибякина, предоставление юридической информации в формате видео — эффективное решение, потому что нормы права необязательно демонстрировать клиентам в виде текста. Текст не является единственным видом коммуникации с партнерами или аудиторией.

Работа с разными форматами имеет два преимущества. Это помогает, во-первых, расширить охват, во-вторых, — соблюсти конституционную норму о равенстве всех перед законом. Равные права получают люди, которые не умеют читать, которым сложно

воспринимать текст в силу заболевания дислексией, или люди, которые плохо владеют письменным русским языком. Человекоориентированное право, характеризующееся правовой эмпатией, — право сегодняшнего дня.

Профессор маркетинга в Школе бизнеса Уортона Питер Фейдер убежден, что компаниям для достижения лидирующих позиций в своих отраслях необходимо взять на вооружение стратегию клиентоцентричности.

Ключевые аспекты такой стратегии — полная персонализация и идентификация клиентов, прогнозирование поведенческих особенностей конкретных людей и использование Agile-подхода к управлению клиентским портфелем. Клиентоцентричный подход поможет выявить текущие и будущие потребности лучших клиентов, для того чтобы максимизировать их долгосрочную ценность для компании. Организации, которые успешно внедряют инновационные подходы, в том числе клиентоцентричность, имеют возможности гибко и эффективно развиваться в условиях перемен. «Клиентоцентричные компании получают долгосрочную выгоду в виде лояльности самых ценных клиентов, которые приобретают действительно нужные им товары и услуги» [11, с. 131]. Учет пользовательского опыта — это то, что обязательно должно быть в стратегии развития компании.

РАЗРУШЕНИЕ КОММУНИКАЦИОННОГО БАРЬЕРА В ПРАВОВОЙ СФЕРЕ

Коммуникационно-правовой дизайн — это синергия юриспруденции, психологии, бизнеса, медиаменеджмента и продакт-менеджмента. Методологической основой коммуникационно-правового дизайна выступает междисциплинарный подход, опирающийся на научные принципы теории массовых коммуникаций, психологии, педагогики, медиаменеджмента, медиатехнологий и, безусловно, юриспруденции.

LegalTech-решения в сфере интеллектуальной собственности (ИС) повышают доступность ключевых сообщений. LegalTech сейчас находится в начале своего развития в России. Опыт показывает, что компании могут добиться большей эффективности за счет некоторых операционных и технологических изменений. LegalTech просто можно определить так:

- технология, которая помогает облегчить юридическую практику для юристов;
- технология, которая помогает потребителям получить доступ к юридической экспертизе и правосудию.

LegalTech-технологии призваны помочь юридическим фирмам привлечь больше клиентов. Эти тех-

нологии также способствуют лучшему обслуживанию существующих клиентов, помогая предоставлять юридические услуги более эффективно. LegalTech включает в себя определенные технологические инновации, такие как блокчейн и искусственный интеллект, которые, по прогнозам многих экспертов, беспрецедентно изменят юридическую профессию в будущем.

LegalTech, по сути, означает использование технологий и программного обеспечения для оказания юридических услуг и помощи в их предоставлении. Эти разработки открывают новые возможности для многочисленных фирм, стремящихся повысить общую эффективность и адаптироваться ко все более гибкой рабочей среде.

За предыдущий год юридические фирмы увеличили свои расходы на технологии на 7,1%, по данным исследования Thomson Reuters. Рост произошел, несмотря на общее сокращение расходов. В целом, несмотря на то что юридическая отрасль считается гипертрадиционной, к игрокам этого рынка постепенно приходит осознание того, что технологические инновации необходимы. Инвесторы ищут рычаги для роста, и цифровая трансформация юридической отрасли неизбежна.

LegalTech также позволяет небольшим компаниям и индивидуальным предпринимателям конкурировать с ведущими игроками в этой сфере, предоставляя им доступ к мощным инструментам. Многие крупные фирмы, не пытающиеся адаптироваться к изменениям, уже сейчас заметно отстают, поэтому развитие юридических технологий оказывает существенное влияние на современный юридический рынок.

Юридический дизайн как отдельный тренд и подход в LegalTech способен помочь найти решения на запрос пользователей. Юридический дизайн предоставляет функциональные возможности для эффективной доставки сообщений и улучшения пользовательского пути. Исследование «ЛигалПикс» показывает, что юридическая сфера готова к смене парадигмы, к фокусировке на интересах пользователя и эмпатии.

Консалтинговая компания опросила более 100 юристов, чтобы выяснить уровень осведомленности о юридическом дизайне и его применимости на практике. Респондентам было предложено ответить на вопросы об их отношении к юридическому дизайну, процессе их работы и коммуникации с пользователями документов.

Опрос показал, что большинство респондентов знают о юридическом дизайне (лишь 13,8% респондентов не были осведомлены о таком понятии). Юридический дизайн чаще всего трактуют как инструмент, который делает документ более доступным для пользователя. По мнению опрошенных, подход мо-

жет повысить эффективность коммуникации и положительно повлиять на рост выручки компании.

Юридический дизайн (Legal Design) — это не только изображения и не только текст. Этот подход основан на дизайн-мышлении, при котором делается фокус на пользовательском опыте при выполнении юридических задач. Это сочетание юридического, коммуникационного и дизайн-направлений. Визуализация становится важным инструментом для эффективного донесения информации до целевых пользователей.

Большая часть нашего восприятия обучения, познания и деятельности опосредована зрением, что делает образы важным источником информации. Суть визуального сообщения воспринимается мозгом человека менее чем за 1/10 секунды, то есть в 60 тыс. раз быстрее, чем текст с тем же содержанием. В медиальной височной доле зрительные стимулы подключаются к центру эмоциональных реакций личности. Таким образом, люди реагируют на изображения быстрее и сильнее, чем на слова, что помогает их мозгу формировать прочные визуальные воспоминания.

Инфографика и иллюстрации становятся важным инструментом для эффективного донесения информации до целевых пользователей. Для этого могут быть полезны инструменты юридического дизайна.

Если применение юридического дизайна ограничивается legal writing и выполнением базовых правил верстки, то привлекать дизайнера необязательно. Однако, если задача подразумевает использование более серьезных и выверенных графических решений, обойтись без помощи специалиста будет трудно.

Дизайн-мышление — это способ проектирования решения, когда не работают аналитика и Big Data, когда мы не можем опираться на статистические данные и выгрузку и когда не получается критически принимать решение. Мы обращаемся к творческому подходу, творческому мышлению и творческому способу сборки продукта, коммуникации либо конечного материала. В некотором смысле, с одной стороны, это выглядит как пересборка велосипеда, с другой стороны, это тот самый необходимый элемент, который оживляет историю. Дизайн-мышление стало главным направлением человеко-ориентированных практик в создании новых продуктов и сервисов, когда абсолютно все бизнес-процессы начинаются с ответа на главный вопрос: кому новое решение принесет пользу и какую?

Дизайн-мышление отличается от традиционного. Привычный подход к оценке бизнес-предложений предполагает, что руководство будет учитывать два ключевых аспекта — целесообразность (выгоду для бизнеса) и осуществимость (техническую и операци-

онную). Дизайн-мышление, напротив, ставит в центр внимания людей и их проблемы, начиная с понимания потребностей стейкхолдеров (востребованность), а затем уже рассматривает проект с точки зрения целесообразности и осуществимости.

Дизайн-мышление выгодно обоим участникам рынка: пользователь получает более качественный продукт, поскольку метод основан на эмпатии, а бизнес — более эффективный способ развития, так как цель дизайн-мышления — создать инновационный продукт, который в идеале дает компании конкурентное преимущество [8, с. 15]. «Сегодня практически каждая компания из списка Fortune 100 в том или ином контексте применяет дизайн-мышление» [8, с. 13].

В России за последние 5–7 лет методология дизайн-мышления прошла непростой, но интересный путь от новомодной диковинки до очень практичного, утилитарного инструмента, используемого в различных компаниях на постоянной основе. Неизменным остается одно — по-прежнему непросто «на старте» доказать эффективность применения методологии. Реальное отношение к декларируемым ценностям новаторства, экспериментаторства, терпимости к неопределенности проходит хорошую проверку, когда компании предлагается попробовать дизайн-мышление как рабочий инструмент.

Дизайн-мышление включает в себя пять традиционных этапов: эмпатия, фокусировка, генерация идей, прототипирование и тестирование. В контексте юридического дизайна подготовкой к прохождению всех этапов будет определение целей проекта. В основе лежит простая философия: главное — польза для человека и эффективное применение технологий.

1. Эмпатия — аккумуляция запросов от пользователя и изучение аудитории.

2. Фокусировка — формулирование точки зрения на проблему, основанную на инсайтах и потребностях пользователя.

3. Генерация идей — моделирование ситуаций, поиск нестандартных решений.

4. Прототипирование решений — создание визуальной репрезентации одной или нескольких идей для демонстрации.

5. Тестирование гипотез на фокус-группе — запрос обратной связи у стейкхолдеров и конечных пользователей.

Дизайн-мышление — это достаточно универсальный инструмент для развития soft skills, которые сегодня нам позволяют упаковать документ под запрос пользователя. Как показали новейшие исследования, юристу необходимо владеть в равной степени и hard skills, и soft skills. Hard skills — это профессиональные знания и умения. К этой группе навыков можно отне-

сти знание законодательства и умение применять его на практике, владение иностранными языками и пр. Soft-skills юриста — это навыки и личные качества, повышающие его профессиональную эффективность и качество его жизни в целом. К ним, в частности, относятся креативность, коммуникабельность, умение договариваться, хорошие навыки в сфере информационных технологий, включающие в себя электронное делопроизводство, работу с различными программными продуктами (офисные приложения, платформы для онлайн-конференций и т.п.), навык работы с отечественными и зарубежными справочными правовыми системами.

Ведущие отрасли, применяющие дизайн-мышление, — это информационные технологии, коммуникации, образование и другие виды деятельности по оказанию услуг. Некоторые отрасли медленно внедряют этот процесс, но проявляют к нему большой интерес, например энергетика и коммунальное хозяйство, страхование и производство.

Дизайн-мышление направлено на то, чтобы сбалансировать человеческие желания с технической осуществимостью и коммерческой эффективностью. Эти три аспекта необходимо учитывать на всем протяжении реализации проекта, чтобы найти действительно успешное решение [8, с. 44].

Дизайнер думает об интересах других людей, их потребностях и эстетических нормах, а также о взаимодействии разных типов мышления. Инженерные формы мышления, творческие принципы мышления, проектное мышление — все эти формы влияют на работу и выполнение поставленных задач [5, с. 97].

По мнению Екатерины Подвальной, руководителя Билайн Университета, суть методологии дизайн-мышления, его основные принципы ориентируют компании на высокоэффективную командную работу, на бережное и внимательное отношение к клиентам, на высокие бизнес-результаты и максимальную открытость.

LEGAL DESIGN В ПРАВОВОЙ КОММУНИКАЦИИ

Юридический дизайн сегодня — это тот инструмент, который, с одной стороны, опирается на юридическую экспертизу, то есть обладает всеми признаками подхода со стороны правовой культуры, с другой стороны, внедряет дизайн-мышление. На стыке этих тенденций возникают совершенно новые, перспективные, прогрессивные подходы, которые позволяют в дальнейшем решать проблемы под совершенно другим углом зрения.

Работа с типовыми документами допускает самостоятельную деятельность юриста с подходом Legal

Design. Создание нетиповых документов потребует навыков и опыта профессионала. Таким образом, если юрист выполняет типовые для себя задачи и желает применять инструменты Legal Design, то в базовом объеме он может справиться самостоятельно.

В 2018 г. в Евросоюзе вступил в силу Общий регламент о защите данных (General Data Protection Regulation, GDPR). Его цель — защитить конфиденциальность граждан и повысить контроль над организациями, собирающими и обрабатывающими персональные данные жителей стран ЕС.

Закон расширил сферу действия европейского законодательства и ужесточил обязанности операторов при обработке и защите данных с учетом современных технологий. Обратим внимание на ст. 12 GDPR: уведомления о конфиденциальности должны быть представлены «в краткой, прозрачной, понятной и легкодоступной форме с использованием ясного и простого языка».

Один из крупнейших штрафов по GDPR заплатила в 2019 г. компания Google во Франции — 50 млн евро. Причиной стал тот факт, что компания недостаточно прозрачно информировала пользователей об обработке их персональных данных. Информация была труднодоступной и разбросана в нескольких документах с переходами по ряду ссылок. Также текст соглашения об обработке персональных данных был признан недостаточно информативным и однозначным. Для выполнения требований GDPR необходимо понимать потребности и характеристики пользователей, чтобы эффективно донести содержимое документа. Для этого могут быть полезны инструменты Legal Design.

Иллюстрацией барьера между системой ИС и потребностями аудитории является проблема защиты культурного наследия малочисленных народов. В известном мультфильме «Холодное сердце» используются элементы культуры саамов. Disney имеет прибыль от мюзикла, при этом саамы не получают компенсацию. Nike добавила элементы традиционного дизайна племени куна (Панама) в специальной версии кроссовок Air Force, предварительно не получив разрешение на их использование. Производитель извинился за ошибку и прекратил продажу данной модели.

Сфера интеллектуальной собственности подвергается критике из-за отсутствия или недоступности всех необходимых инструментов защиты и монетизации. Не каждый участник креативной индустрии способен разобраться в законодательстве, обратиться к юристу или самостоятельно отслеживать неправомерное использование своих объектов ИС.

Ответом на потребность правообладателей становится развитие юридических технологий. К при-

меру, существует локальная система автоматического надзора ContentID на YouTube. Дальнейшее развитие технологий ИИ, вероятно, приведет к созданию обратной возможности для создателей контента — системы автоматических уведомлений об использовании авторского контента. Она может быть реализована определенным образом на уровне кода (nft, blockchain).

Счетная палата создала курс с обучающими видео и презентациями с рекомендациями, как писать проще о сложном. Цель инициативы — повышение доступности официальных документов. Работу по донесению ключевых сообщений без канцеляризмов и шаблонов ведет Федеральная налоговая служба.

Указанные решения демонстрируют успешную практику применения юридического дизайна, который позволяет выявить и вовлечь в правовую коммуникацию различных потенциальных правообладателей.

Согласно Стратегии развития информационного общества в Российской Федерации на 2017–2030 гг., при создании российских информационных и коммуникационных технологий необходима государственная поддержка в части, касающейся защиты ИС российских правообладателей и совместного использования знаний, в том числе за рубежом.

Одной из задач Национальной программы «Цифровая экономика Российской Федерации» является создание системы правового регулирования цифровой экономики, основанной на гибком подходе в каждой сфере. Реализации этой задачи посвящен федеральный проект «Регулирование цифровой среды», который курирует Минэкономразвития Российской Федерации.

Федеральный проект предусматривает разработку и принятие ряда нормативных правовых актов, направленных на снятие первоочередных барьеров, которые препятствуют развитию цифровой экономики. Планируется урегулировать сквозные для различных отраслей законодательства вопросы, связанные с идентификацией субъектов правоотношений в цифровой среде, электронным документооборотом, оборотом данных, в том числе персональных.

Истинные лидеры сегодня рассматривают инновации как основной источник конкурентоспособности и дифференциации; они стремятся применять дизайн-мышление на всех стадиях процесса. «Многие из наиболее успешных мировых брендов рожают гениальные идеи, вдохновившись глубоким пониманием жизни потребителя, и используют принципы дизайна для инновационного развития и создания новой или дополнительной ценности» [8, с. 15].

Технологии, которые сначала кажутся нишевыми, иногда превращаются в ведущие. Вначале их ис-

пользует лишь небольшая группа людей, а потом они распространяются все шире — правда, для этого технологии должны удовлетворять нуждам потребителей [12, с. 234]. Изучение новых веяний, распространенных среди небольшой группы поклонников, часто позволяет выявить ценные возможности для бизнеса [12, с. 236].

В результате проведенного исследования некоторых аспектов коммуникационно-правового дизайна выработалось понимание необходимости разработки нормативных правовых актов, закрепляющих инструменты дизайн-мышления.

СПИСОК ИСТОЧНИКОВ

1. Указ Президента Российской Федерации от 7 мая 2018 г. № 204 «О национальных целях и стратегических задачах развития Российской Федерации на период до 2024 года».
2. Национальная программа «Цифровая экономика Российской Федерации», федеральный проект «Нормативное регулирование цифровой среды».
3. Стратегия развития информационного общества в Российской Федерации на 2017–2030 годы: Указ Президента Российской Федерации от 09.05.2017 № 203О.
4. Бэнфилд Р., Эрикссон М., Уокингшо Н. Лидеры продукта. Как лучшие в мире продакт-менеджеры создают команды и запускают крутые продукты: пер. с англ. — М.: Манн, Иванов и Фербер, 2019. 240 с.
5. Карпов Дмитрий. Мышление как инструмент. Десять стратегий для решения любой проблемы. М.: Манн, Иванов и Фербер, 2021. 544 с.
6. Котлер Ф. Маркетинг от А до Я: 80 концепций, которые должен знать каждый менеджер: пер. с англ. М.: Альпина Паблшер, 2022. 242 с.
7. Медиакультура и основы медиаменеджмента: учеб. пособие / Н.Б. Кириллова. Екатеринбург: изд-во Урал. ун-та, 2014. 184 с.
8. Кемпкенс О. Дизайн-мышление. Все инструменты в одной книге. М.: Эксмо, 2021. 224 с.
9. Сложность российских законов. Опыт синтаксического анализа / А.В. Кнутов, С.М. Плаксин и др. М.: ВШЭ, 2020. 311 с.
10. Сибел Т. Цифровая трансформация. Как выжить и преуспеть в новую эпоху: пер. с англ. М.: Манн, Иванов и Фербер, 2021. 256 с.
11. Фейдер П., Томс С. Клиентоцентричность: Отношения с потребителями в цифровую эпоху: пер. с англ. М.: Альпина Паблшер, 2021. 190 с.
12. Нир Э., Хувер Р. На крючке. Как создавать продукты, формирующие привычки: пер. с англ. М.: Манн, Иванов и Фербер, 2021. 272 с.
13. Белл Д. Грядущее постиндустриальное общество: Опыт социального прогнозирования. М.: Akademia, 2004. 944 с.
14. Haapio H., Hagan M., Doherty M. Legal Design: Integrating Business, Design & Legal Thinking with Technology: Edward Elgar Publishing, 2021. 264 p.
15. Klemola M., Kohlmeier A. The Legal Design Book: Doing Law in the 21st Century. Ground M, 2021. 330 p.
16. История одного картеля, Московское УФАС России. — URL: <https://clck.ru/akPzp> (дата обращения: 10.12.2021).
17. Оценка сложности языка законов, Институт государственного муниципального управления НИУ ВШЭ. — URL: <https://clck.ru/aJVro> (дата обращения: 20.12.2021).
18. Понятный язык, YouTube-канал «Счетная палата Российской Федерации». — URL: <https://clck.ru/aJVb9> (дата обращения: 20.12.2021).
19. Уровень осведомленности российских юристов о юридическом дизайне и его применимости, «Лигал Пикс». — URL: <https://legalpics.ru/cases/9> (дата обращения: 13.01.2022).

REFERENCES

1. Ukaz Prezidenta Rossijskoj Federacii ot 7 maya 2018 g. No 204 "O nacional'nyh celyah i strategicheskikh zadachah razvitiya Rossijskoj Federacii na period do 2024 g."
2. Nacional'naya programma "Cifrovaya ekonomika Rossijskoj Federacii", federal'nyj proekt "Normativnoe regulirovanie cifrovoj sredy".
3. Strategiya razvitiya informacionnogo obshchestva v Rossijskoj Federacii na 2017–2030 gg.: Ukaz Prezidenta Rossijskoj Federacii ot 09.05.2017 No 203O.
4. Benfild R, Eriksson M., Uokingsho N. Lidery produkta. Kak luchshie v mire prodakt-menedzhery sozdayut komandy i zapuskayut krutye produkty: per. s angl. M.: Mann, Ivanov i Ferber, 2019. 240 s.
5. Karpov D. Myshlenie kak instrument. Desyat' strategij dlya resheniya lyuboj problemy. M.: Mann, Ivanov i Ferber, 2021. 544 s.
6. Kotler F. Marketing ot A do YA: 80 konepcij, kotorye dolzhen znat' kazhdij menedzher: per. s angl. M.: Al'pina Pablisher, 2022. 242 s.
7. Mediakul'tura i osnovy mediamenedzhmenta: ucheb. Posobie / N.B. Kirillova. Ekaterinburg: izd-vo Ural. un-ta, 2014. 184 s.
8. Kempkens O. Dizajn-myshlenie. Vse instrumenty v odnoj knige. M.: Eksmo, 2021. 224 s.
9. Slozhnost' rossijskih zakonov. Opyt sintaksicheskogo analiza / A.V. Knutov, S. Plaksin I dr. M.: Izd.dom Vysshej shkoly ekonomiki, 2020. 311 s.

10. Tomas S. Cifrovaya transformatsiya. Kak vyzhit' i preuspeť v novuyu epohu: per. s angl. M.: Mann, Ivanov i Ferber, 2021. 256 s.
11. Fejder P., Toms S. Klientocentrichnost': Otnosheniya s potrebitelyami v cifrovuyu epohu: per. s angl. M.: Al'pina Publmshe, 2021. 190 s.
12. Nir E., Huver R. Na kryuchke. Kak sozdavat' produkty, formiruyushchie privychki: per. s angl. M.: Mann, Ivanov i Ferber, 2021. 272 s.
13. Bell D. Gryadushchee postindustrial'noe obshchestvo: Opyt social'nogo prognozirovaniya. M.: Akademia, 2004. 944 s.
14. Haapio H., Hagan M., Doherty M. Legal Design: Integrating Business, Design & Legal Thinking with Technology. Edward Elgar Publishing, 2021. 264 p.
15. Klemola M., Kohlmeier A. The Legal Design Book: Doing Law in the 21st Century. Ground M, 2021. 330 p.
16. Istoriya odnogo kartelya, Moskovskoe UFAS Rossii. — URL: <https://clck.ru/akPzp> (data obrashcheniya: 10.12.2021).
17. Ocenka slozhnosti yazyka zakonov, Institut gosudarstvennogo municipal'nogo upravleniya NIU VSH. — URL: <https://clck.ru/aqVro> (data obrashcheniya: 20.12.2021).
18. Ponyatnyy yazyk, YouTube-kanal "Schetnaya palata Rossijskoj Federacii". — URL: <https://clck.ru/aqVb9> (data obrashcheniya: 20.12.2021).
19. Uroven' osvedomlennosti rossijskih yuristov o yuridicheskom dizajne i ego primenimosti, Ligal Piks. — URL: <https://legalpics.ru/cases/9> (data obrashcheniya: 13.01.2022).