

РЕКЛАМА. ПЛАГИАТ. ИНТЕЛЛЕКТУАЛЬНАЯ ЗАЩИТА

В последнее время особо актуальным в Украине стал вопрос: существует ли защита интеллектуальной собственности в рекламе? В этом вопросе рассматриваются не разнообразные слоганы и логотипы, а сценарии роликов, текстовки и визуальный ряд плакатов. Существуют ли в Украине правовые способы защитить удачное креативное решение от подражания копирования? Возможности отстаивать право на творческие решения в рекламе?!

В производстве рекламы случаи копирования и плагиата не единичные и поэтому в мировой практике, а особенно в практике нашей страны, этот вопрос стоит довольно остро. Можно говорить о случаях копирования рекламных идей во время проведения тендеров, но наиболее глобальной проблема плагиата и копирования стала при так называемом «заимствовании» наиболее ярких и потенциально успешных вариантов рекламы.

На данном этапе развития правовой основы интеллектуальной собственности в Украине практически нет фундамента защиты рекламы, поскольку рекламные изображения, тексты, сюжет рекламных роликов не подлежат регистрации как объект интеллектуальной собственности. Естественно, что в этот список не входят составляющие фирменного стиля (слоганы, логотипы, знаки и т.д.). Закон Украины «Об авторском праве» далеко не гарантирует возможность отстоять свои права в этом направлении интеллектуальной собственности, поскольку «заимствование» креатива в рекламе больше попадает под разряд этических вопросов.

Плагиат с юридической точки зрения – точное копирование ранее создаваемых авторских работ (идентичная передача цвета, текста, формы, шрифта). Все, что хоть малейшим образом отличительно по перечисленным параметрам – не плагиат.

Копирование в рекламе характерно для мировой практики, а не только для стран с переходной развивающейся экономикой, законодательство которых еще четко не сориентировалось по необходимым направлениям. Особенно яркий пример этому – зайцы в рекламе батареек Energizer и Duracell.

Как гласит народная мудрость: «Все идеи придуманы до нас», поэтому задачей рекламиста является поиск текстуальной и визуальной особенности, а не радикально свежего хода. Если порыться в архивах мировой рекламы, то легко подтвердить, что, так или иначе, элементы плагиата присущи любой рекламе. И окажется, что многие сегодняшние "прорывы" уже встречаются в архивах работ «отцов» рекламной индустрии Дэвида Огилви или Раймонда Рубикама. Но все же, многое зависит от степени эксплуатации похожих идей. Есть общие замыслы, а есть явные авторские находки.

Теоретически украинское законодательство защищает авторские права создателей рекламы точно так же, как и права всех других творцов. Проблема лишь в том, что применить закон на практике крайне тяжело. На сегодняшний день практически нет судебных исков по плагиату в рекламе, потому что истцу очень сложно доказать, что он придумал свою рекламу первым. Проблема состоит еще в том, что оплачивать судебные издержки с неочевидным результатом никто не хочет. Тем более, что реклама не является искусством (в том числе с юридической точки зрения) и, следовательно, под термин "литературная и художественная собственность" образцы рекламы подпадают с определенными оговорками.

Открытым остается вопрос, всегда ли плагиат умышленный, или просто разным людям приходят в голову похожие идеи? В любом случае, это - этика. Юридически доказать сходство, имея на руках два постера или два ролика, чаще всего невозможно. Зачастую единственным выходом оказывается разработка новой идеи. Очевидным остается то, что исключительно рекламисты смотрят рекламу ради самой рекламы и способны выявлять даже частичный или косвенный плагиат. Простой потребитель об этом практически не задумывается.

УКРАИНА В ИННОВАЦИОННОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ.

АКТУАЛЬНОСТЬ И ПРОБЛЕМЫ

В XXI веке в мировом экономическом пространстве на поприще состязаний за звание высокоразвитой страны увеличение доли инноваций – это лучший способ добиться высоких показателей конкурентоспособности экономики государства, и уже давно не новость, что именно уровень инвестиционной активности свидетельствуют о степени экономического развития государства.

С провозглашением независимости Украины возник вопрос о развитии инновационной деятельности и правовой защите объектов интеллектуальной собственности в стране. Именно поэтому Закон Украины «Об основах государственной политики в сфере науки и научно-технической деятельности» был одним из первых в истории существования независимого государства. Этот документ заложил фундамент правового регулирования научной и научно-технической деятельности в нашей стране.

Согласно ст. 327 главы 34 «Хозяйственного кодекса Украины», инновационная деятельность осуществляется за такими направлениями:

- проведение научных исследований и разработок, направленных на создание объектов интеллектуальной собственности, научно-технической продукции;
- разработка, освоение, выпуск и распространение принципиально новых видов техники и технологий, новых ресурсосберегательных технологий;
- техническое перевооружение, реконструкция, расширение, строительство новых предприятий.

Государство регулирует и осуществляет контроль за инновационной деятельностью субъектов хозяйствования и других участников хозяйственных отношений, ее соответствием требованиям законодательства, а также гарантирует поддержку инновационных программ и проектов различной