

Задание к теме 15: Плагиат и как с ним бороться

<https://www.sostav.ru/publication/plagiat-reklama-21807.html>

1. Какие из приведенных примеров действительно, на ваш взгляд соответствуют понятию плагиат?

По моему мнению, под понятие «плагиат», т.е. присвоение авторства чужих творческих трудов попадают все примеры с разной степенью заимствования: реклама UAZ Hunter очень схоже с плагиатам в идее ролика, сюжете и раскадровке сценария , ролик «Mistakes» также идеи заимствованы, 2014, ролик «Билайна» заимствована идея, промо-ролик аналитической программы Дмитрия Киселева с канала «Россия 1» и ролик лондонского метро – явный плагиат с учетом сроков выхода проектов и почти полного копирования, проекты, в которых использовалась одна и та же механика визуализации звука – визуализация концепции приложения схожая, но идея достаточно обычная и шанс того, что 2 агентствам она сразу пришла для вдохновения – очень велик, «Грильборда». В художественных произведениях грань между подражанием, заимствованием и соавторством стирается.

2. Почему? По каким критериям мы может понять, что это действительно плагиат?

Критерии плагиата: полное повторение идеи, визуальных, аудиальных и графических средств, без явных изменений и внесения своего или переработки. При этом я думаю, что копировать полезно, полезно смотреть на чужие работы, на этапах начала своей деятельности, постепенно внося что-то новое. Как пишет автор книги «Кради как художник», точной копии все равно не получится, однако опыт и способ видения как у того, у кого копируют, приобретается, так делают художники, и это нормально. При этом важно оставаться в своем стиле или искать его. Конечно, для серьезных рекламных агентств явное заимствование чужих идей без их доработки – дилетантство. Плагиат – это не пиратство, он даже в некоторой степени

положителен, так как новый автор все равно вносит что-то свое, как бы он не старался повторить 100%. Однако, для рекламы, кто сделал это первым для потребителей, для того реклама будет эффективной, для тех же, кто просто повторяет – эффективность снижается, так как потребитель «где-то уже видел». Если территориально реклама совершенно ориентирована на разные группы потребителей, то она выступает инструментом продажи, и нет ничего плохого, если некоторые идеи повторяются, например, как с рекламным щитом – Грильбордом, сам же контент и его размещение могут различаться, различаться будут и потребители, они могут находиться в разных точках планеты, можно добавить определенное свое освещение, добавить дополнительные элементы. Повторение и заимствование идей в рекламе дает развитие оригинальным идеям, так как производители рекламы находятся все время в поиске новых идей, и наиболее профессиональным рекламистам это удается сделать быстрее. А с современным развитием технологий, вопрос первого авторства контента часто определить невозможно.

3. Как можно защитить свой контент от плагиата?

Авторское право возникает автоматически, в Интернете также можно опубликовать материалы под своими учетными записями и на своих зарегистрированных доменах, однако, в суде это будут слабые доказательства. Для возможности обратиться в суд:

1. Юридическая регистрация товарного знака (в том числе доменного имени).
2. Заверение контента у нотариуса.
3. Отправление самому себе письмо (физическая почта) с флэш-картой, на которой записан контент, и не вскрывать его.
4. Депонировать произведение – отправить его в Российское авторское общество или «Копирус». Они выдадут красивое свидетельство и будут хранить оригинал произведения.

Также необходимо:

1. Брендировать контент (ссылки, водяные знаки, qr-коды, цифровая метка, скрытая картинка). Цифровая метка. Автор получает метаданные EXIF (дата и временем, информация о производителе, камере, программе, и т. д.). Имея на руках эти данные, доказать свою правоту в конфликте с вором будет достаточно просто. «Двойное дно» или скрытая картинка. С помощью Adobe Photoshop можно также создать прозрачный слой и наложить его на передний план изображение используя html или css. Это изображение ничем не отличается от других, но после скачивания фотографии, вор видит не желаемую картинку, а только верхний (защитный) слой.

2. Заявление о своих правах с помощью знака копирайта: по закону он состоит из символа «©», имени автора и года первой публикации.

3. Предупредить, что вы готовы бороться за свои права. Например, разместив на сайте соответствующий текст.

4. Разместите условия использования контента.

Поисковые машины умны и в большинстве случаев правильно определяют первоисточник. А если после публикации нового контента, вы добавите страницу в индекс поисковиков, то переживать не стоит. Правило может не работать относительно молодых сайтов. Бывают случаи, когда «сайт-преступник» признают источником, а молодой сайт, таким, который его скопировал.

Также для защиты авторских прав в сети Интернет:

Делегирование защиты контента на сайте в сети Интернет специальным сервисам.

Подписание договора с авторами для размещения контента на сайте.

Фиксация авторства перед публикацией – копия заказа на создание контента на бирже или непосредственно в переписке с автором является хорошим доказательством права собственности. Также такая переписка — отличный аргумент для претензионного письма. Оценив всю серьезность ситуации, большинство злоумышленников соглашаются на запрос об удалении ворованного контента.

Использование ссылки на первоисточник. Если не против эксплуатации материала на определенных условиях, можно указать это. Например, можно написать, что использование любых материалов разрешено в случае указания активной ссылки на ваш ресурс.

Защита контента на сайте программным способом – текст не выделяется, а вызов контекстного меню заблокирован. Хотя этот способ и защищает контент от неопытных пользователей, но даже самый плохой специалист сможет обойти такой тип защиты. При этом, использование данного метода сильно ухудшает юзабилити сайта, так как многие пользователи любят выделять текст при чтении. Чтобы воспользоваться программным способом защиты контента, используют блокирующие скрипты. Например, можно установить WordPress-плагин WP Content Copy Protection. Если у вас другая CMS, обратитесь к своему разработчику.

Подтверждение авторства в Яндекс Вебмастер. Самостоятельное оповещение поисковика о факте написания авторского текста — отличный вариант зафиксировать право собственности на контент. Для этого нужно пройти регистрацию в Вебмастере и добавить сайт. Тексты нужно добавлять в разделе «Оригинальные тексты».

Чтобы защитить контент на своем сайте, нужно попасть в индекс раньше воров. Если скопированная информация, размещенная преступником, попадает в индекс раньше оригинальной, вероятнее всего робот распознает сайт вора как первоисточник.

Предотвратить это можно, применив такие методы:

Кросспостинг и анонсирование на других сайтах. Это значит распространение одного и того же материала на разных форумах, блогах или любых других типах публичных переписок, в т. ч. онлайн общения (сгодится даже Skype). Это поможет зафиксировать точную дату и время публикации, которые подтвердят, что вы первым выложили новый материал.

Ускорение индексации материала. Это можно сделать несколькими способами, например, сообщить напрямую в Google Webmaster или Yandex Webmaster, или грамотно расставить перелинковку.

Анонсирование материала в социальных сетях сразу после публикации.

Настройка RSS-ленты. Установка RSS поможет поисковому роботу максимально быстро отслеживать всю новую информацию, изложенную автором.

4. Приведите примеры плагиата в российской рекламе

Самый недавний прием «случайного» заимствования – смена бренда Сбербанка, логотип которого очень похож на логотип канала Мир 24:



Также новый логотип Сбера очень схож с приложениями для мобильных девайсов, и очень похож на логотип интернет-магазина часов All Time:



СБЕР



AllTime

Барановичский молочный комбинат провел рестайлинг своей продукции. В результате на упаковке появилась корова в виде кляксы. Данный персонаж ранее был разработан калифорнийской студией Motto.



Упаковки чипсов брестского предприятия «Млеч» и гомельского «Белпродукт» гораздо больше общего, чем отличий.

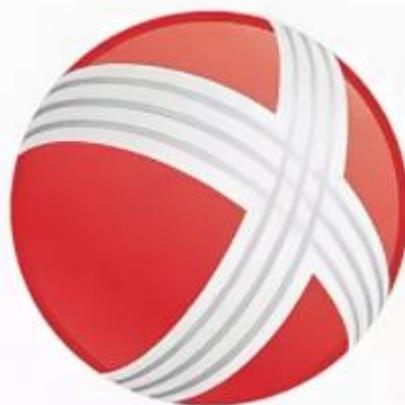


Плагиат дизайна упаковок конфет Bounty.



Логотип Xerox и логотип Яндекса:

xerox



Яндекс



Логотип Москвы от студии Артемия Лебедева

 **МОСКВА**

 macy's

 **Heineken®**

Сеть продуктовых магазинов Сахар (г. Пермь) и Магнит



Логотип сети японских ресторанов Якитория.



Компания Microsoft, обладатель прав на популярную компьютерную игру Minecraft, будет судиться за права на бренд в России. Ответчиком значится ООО «Сити», которое в 2014 году запатентовало это имя, но не использовало его, сообщает РБК.

Microsoft — обладатель исключительного права на компьютерную игру Minecraft, однако не может зарегистрировать в России указанный товарный знак, пока действует правовая охрана этого бренда. Корпорация попросила суд о досрочном прекращении такого статуса, так как российская компания его не использует.

«Сити» зарегистрирована в 2010 году в Екатеринбурге. Отрасль работы — деятельность агентов по оптовой торговле универсальным ассортиментом товаров. Сейчас на «Сити» зарегистрировано 11 товарных знаков, еще 24 заявки на регистрацию находятся в процессе рассмотрения.

Основатель аудиторско-консалтинговой группы компаний «Бизнес Эксперт» Мария Дяченко считает, что история с Minecraft похожа на действия мошенников, которые регистрируют на свое имя товарные знаки известных продуктов, особенно иностранного производства. Это делается

для того, чтобы продавать свой продукт под уже раскрытым именем или требовать компенсацию за использование товарного знака.

При этом Дяченко указала, что бренд Minecraft ассоциируется у потребителей именно с популярной компьютерной игрой. Согласно действующему законодательству, нельзя регистрировать обозначения, которые уже ассоциируются у потребителя с определенными товарами, изготовителями или местом происхождения, и использовать их иначе.

Логотип приложения Street Hero от студии Артемия Лебедева (2020 г.)
и магазина предметов для дома HALF&HALF (2016 г.):

HALF
HALF

STREET
HERO

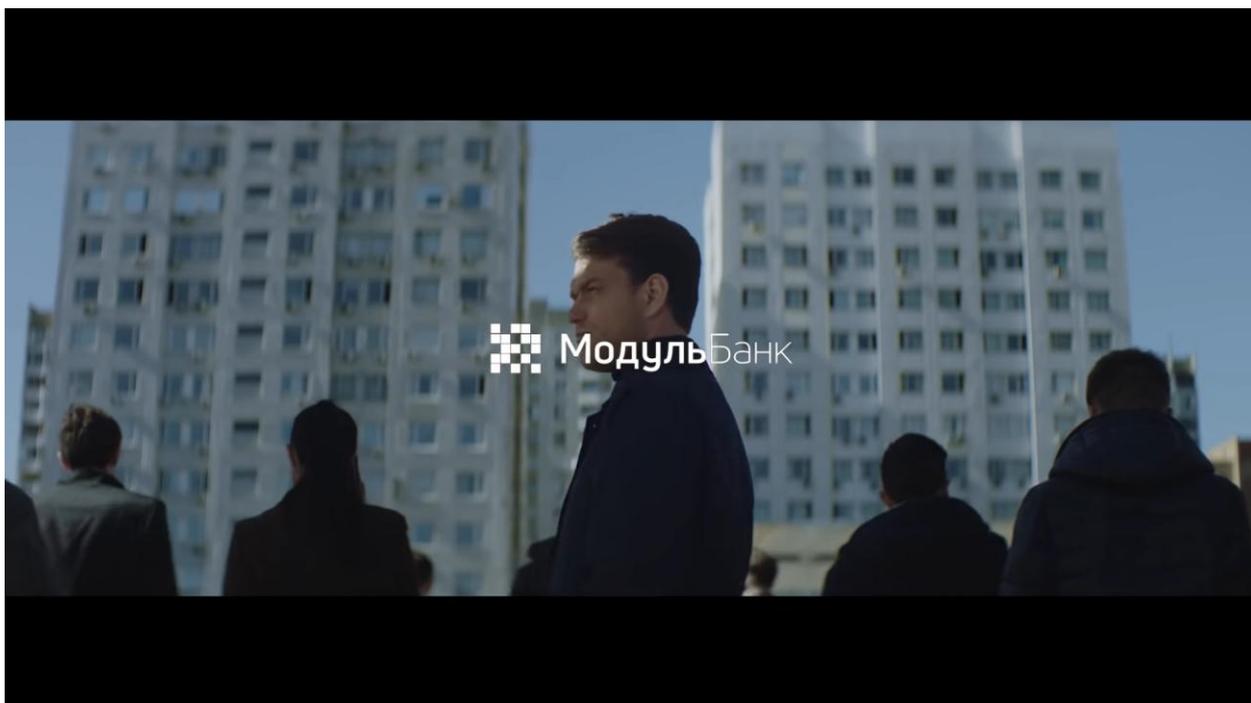
Аня Кулачек, 2016

Студия Лебедева, 2020

Французская компания Danone обвинила белорусского производителя
«Савушкин продукт» в копировании упаковок молочной продукции:



Рекламный ролик Модульбанка и реклама «Кэшбери», которую удалили из сети из-за нарушения авторских прав



Видео недоступно

Это видео заблокировано, так как пользователь АО КБ "Модульбанк" подал в отношении него жалобу на нарушение авторских прав.



Проект Plus для мобильных приложений от студии Лебедева и логотип компании Plus Creative:

Логотип компании Plus Creative



PLUS
Creative

The logo features the word "PLUS" in a bold, black, sans-serif font. A vertical grey bar is positioned behind the "L", extending from the top of the "L" down to the bottom of the "C" in "Creative". The word "Creative" is written in a smaller, black, sans-serif font below "PLUS".

Логотип Plus от Студии Лебедева



PLUS

The logo consists of the word "PLUS" in a light blue, sans-serif font. A black vertical bar is positioned behind the "L", extending from the top of the "L" down to the bottom of the "L".

Айдентика «Кадастр-сити» от студии Лебедева и логотип гомельской бургерной «Джон Федор»:

