

ПРОБЛЕМА АВТОРСКОГО ПРАВА В КОНТЕНТ–МАРКЕТИНГЕ

К.С. Грипич, Д.С. Кабушко, 2 курс

*Научный руководитель – Е.В. Ворошина, старший преподаватель
Барановичский государственный университет*

Как известно, каждый человек на протяжении всей жизни приобретает и сохраняет приобретенное имущество. Это касается не только материальных благ, но и объектов интеллектуальной собственности.

В современном мире с ростом научного прогресса и развитием сети Интернет, как массового хранилища и обмена разнородной информации, этот вопрос приобрел особую актуальность. За время существования всемирная сеть стала местом для создания и развития своего собственного бизнеса, в основе которого лежит использование информационных ресурсов, имеющих определенные авторские права.

Авторское право определяется как институт права интеллектуальной собственности. Интеллектуальная собственность – это охраняемые законом результаты интеллектуальной деятельности и средства индивидуализации [1]. В понятие «интеллектуальная собственность» вместе с авторским правом входят и смежные права, патентное право и средства индивидуализации участников гражданского оборота и производимой ими продукции. Авторское право — это право интеллектуальной собственности (исключительное право) автора на результаты его творчества, являющиеся произведениями науки, литературы и искусства, а также личные неимущественные права автора [2].

На самом деле в современном мире авторское право является достаточно популярной и сложной проблемой для бизнеса, особенно в контент–маркетинге. Однако, не все владельцы и разра-

ботчики сайтов принимают это всерьез. Непонимание всех аспектов защиты авторского права может привести к серьезным судебным искам. К основным проблемам авторского права в сфере контент–маркетинга можно отнести следующие:

1. Использование изображений. При создании своего собственного бизнес сайта у владельца есть несколько способов поиска материалов. Первый способ заключается в использовании официальных изображений от производителей, которые для сопровождения товаров должны предоставляться вместе с каталогами. Второй способ – сделать фотографии самостоятельно или с помощью профессионального фотографа. Последний способ заключается в покупке материала на специальных стоках и биржах. Данный способ является самым затратным, но самым безопасным. Однако, необходимо внимательно изучать договор, так как изображения могут быть ограничены к использованию. Коммерческая покупка изображения не дает права использования для своего брендинга. Лицензионные соглашения могут иметь ограничения на использование в определенных рекламных сюжетах.

2. Ссылка на источники.

Вы можете не подозревать, что нарушили чьи–то авторские права. Например, в своем личном блоге вы опубликовали заимствованную статью, которая отражает ваши мысли. Нарушение прав зависит от подхода к цитированию. В первую очередь, необходимо узнать допускает ли автор цитирование своего материала, затем правильно оформить цитату (указать автора, заключить текст в кавычки, обозначить исходный материал). Цитируемый фрагмент должен быть картинкой и занимать небольшую часть основного текста. В противном случае, вы незаконно скопировали чужой текст.

3. Неверное понимание термина «добросовестное использование». С данной проблемой сталкиваются предприниматели, чей бизнес направлен на иностранный контингент. Чтобы разобраться с данным пунктом, необходимо определиться с целью использования вашего контента (для коммерческих и некоммерческих целей), а также понять является ли авторским используемый вами материал. Следует обратить внимание на этот пункт, если компания пользуется методом контент–маркетинга с целью торговли продукцией. Необходимо внимательно отслеживать контент, чтобы он не являлся основной идеей. Также необходимо строить свой бизнес так, чтобы основной владелец, заимствованной вами идеи, не терял возможность получения дохода от оригинала при создании его аналога.

4. Следующая проблема наиболее актуальна во времена развитой системы интернета – непропорциональное использование материала.

Например, вы вложили в создание собственного сайта большое количество денежных средств, в результате у вас появился уникальный логотип, изображения, специально написанный текст для сайта. Все это помогает созданному сайту подняться вверх среди других сайтов. Однако, в интернете есть те, кто относится к созданию сайта не так организованно. Тем самым, они незаконно используют вашу информацию для создания другого сайта. В результате поисковые системы не показывают созданный вами сайт в начале поисковой страницы и, как следствие, вам придется осуществлять дополнительные затраты на покупку нового контента, изображений и логотипов.

В большинстве случаев рассмотренные выше проблемы являются на данный момент решаемыми, поскольку авторские права в контент–маркетинге находятся в Республике Беларусь под защитой Гражданского кодекса Республики Беларусь и Закона Республики Беларусь «Об авторском праве и смежных правах» [3]. Для полного решения возникающих проблем в области охраны авторского права необходимо постоянно совершенствовать законодательную базу страны с учетом достижений передового зарубежного опыта в области охраны интеллектуальной собственности.

Список использованных источников

1. Интеллектуальная собственность и интеллектуальные права [Электронный ресурс] — Режим доступа: <http://sumip.ru/biblioteka/intellektualnaya-sobstvennost/> – Дата доступа: 23.03.2018

2. Авторское право [Электронный ресурс] — Режим доступа: <http://isfic.info/civile/rasva48.htm> – Дата доступа: 23.03.2018

3. Закон Республики Беларусь «Об авторском праве и смежных правах» [Электронный ресурс] — Режим доступа: http://base.spinform.ru/show_doc.fwx?Rgn=43409 – Дата доступа: 23.03.2018