

совершенствования внутригосударственного права. Компаративный метод в исследовании преследует не только достижение целей теоретического и учебно-познавательного характера, но и способствует нахождению и обоснованию оптимальных законодательных решений, направленных на повышение объективной оценки состояния и эффективного развития пока еще только формирующегося корпоративного законодательства в странах Евразийского экономического союза.

Бельская В. А.

ФОРМЫ И СРЕДСТВА РАСПРОСТРАНЕНИЯ РЕКЛАМЫ - ОБЪЕКТЫ ПАТЕНТНО-ПРАВОВОЙ ОХРАНЫ

*Бельская Валерия Андреевна, студентка 4 курса ЧУО «БИП-Институт
правоведения», Минск, Беларусь, belskaya.valera@yandex.by*

*Научный руководитель: доцент кафедры экономического и финансового
права Миловзорова Юлия Сергеевна*

В соответствии со ст. 2 Закона Республики Беларусь «О рекламе», реклама это информация об объекте рекламирования, распространяемая в любой форме с помощью любых средств, направленная на привлечение внимания к объекту рекламирования, формирование или поддержание интереса к нему и (или) его продвижение на рынке. Рекламная деятельность это деятельность организации или гражданина по выполнению работ по проектированию, производству рекламы и (или) оказанию услуг по ее размещению (распространению). Изучение законодательства в сфере рекламы и практики рекламной деятельности позволили автору сделать ряд выводов.

Для привлечения внимания потребителя используются такие средства распространения рекламы как плакаты, листовки, баннеры, архитектурные решения (например, Отель «Парус» в Дубае, Эйфелева Башня в Париже, Национальная библиотека Беларуси, штаб квартира Адидас в Германии). С появлением и повсеместным использованием человеком таких технических средств как радио, телевидение, телефон, компьютер процесс привлечения внимания к объекту рекламирования, формирования и поддержания интереса к нему и его продвижения на рынке ускорился. В Законе «О рекламе» в зависимости от средств распространения реклама подразделяется на виды: наружная реклама (ст. 13), реклама с использованием электросвязи (ст. 12), реклама на транспортном средстве (ст. 14), реклама в средствах массовой информации (ст. 11).

Однако, современные ученые не останавливаются на достигнутом и ищут новые средства распространения или создания рекламного продукта, которые активно используются рекламопроизводителями или рекламораспространителями. Сегодня это инсталляции (MTV), визуальные (Flogo – облака рекламируют компании или продукты. Flogo – это хорошая

мыльная пена, заполненная гелием и вырезанная по заданной заказчиком форме.) тактильные технологии (Apple, 5D-технологии), голограммы (подтверждение подлинности товара, защита производителей и брендов), музыкальные (Nokia, Danon), обонятельные ощущения (Rolls-Royce покидает стены завода, с запахом красного дерева и кожи, запах автомобилей Cadillac с изысканным запахом заводской свежести, все это результаты специальной инженерной разработки), текстильная архитектура (кафе, бары, рестораны с тентовыми крышами, шатрами).

Создатели и авторы технических решений охраняют свои права на результаты интеллектуальной деятельности посредством патентов. Например, группа изобретений, предназначенных для имитации явлений природы: льющейся воды (специальное приспособление нагнетает жидкость в систему замкнутых трубок, патент № 5109620), луча света (пучок света пропускается через среду, заполненную суспензией в абсолютно чистой жидкости, патент США № 5108293), льда (освещенный знак с символами в виде кусочков льда – композиция из светорассеивающих материалов, патент США № 5099593), миража (из двух прозрачных фаз различной плотности, № 0496883, ЕПВ (EP), 92/03809, РСТ (WO)).

В Республике Беларусь и Российской Федерации запатентованы современные технические средства, активно применяемые в рекламе: устройство для рекламы (патент на изобретение № 950307 G 09 F 7/006), способ формирования трехмерных изображений (патент на изобретение № 2239858 по МПК G03C), способ размещения рекламной информации для ее анимационного восприятия и устройство для его осуществления (патент на изобретение № 22000348).

В Беларуси для защиты качества выпускаемых товаров используется (патент на технологию с голографическим дифракционным штрих-кодом.) Данная разработка выполнена в рамках государственной научно-технической программы «Защита документов» Институтом физики Национальной академии наук Беларуси совместно с Белорусским государственным университетом, ЗАО «Голографическая индустрия».

Необычные биллборды производителя фаст-фуда McDonald's в Чикаго в виде действующих солнечных часов, которые показывали время с 8 до 11 часов утра. Около каждой цифры были расположены продукты McDonald's, которые, по мнению авторов рекламы, пришло время отведать, а тень логотипа McDonald's напоминала вилку.

Таким образом, стремление удивить новыми формами и средствами рекламирования рождает новые объекты интеллектуальной собственности, которые подлежат патентно-правовой охране. Например, ст. 17 и 18 Закона о рекламе упоминают в качестве средства размещения рекламы – «световые табло», а ст. 2 дает новое представление о «средствах рекламирования» и видах рекламы «мультимедийная».