

ЗАХИСТ АВТОРСЬКИХ ПРАВ У ЦИФРОВУ ЕПОХУ: БОРОТЬБА З ПОРУШЕННЯМИ ТА ВИХІД З ПОТОЧНИХ УСКЛАДНЕНЬ

Генеральний медіа партнер



Стратегічний партнер



Маркетинг партнер

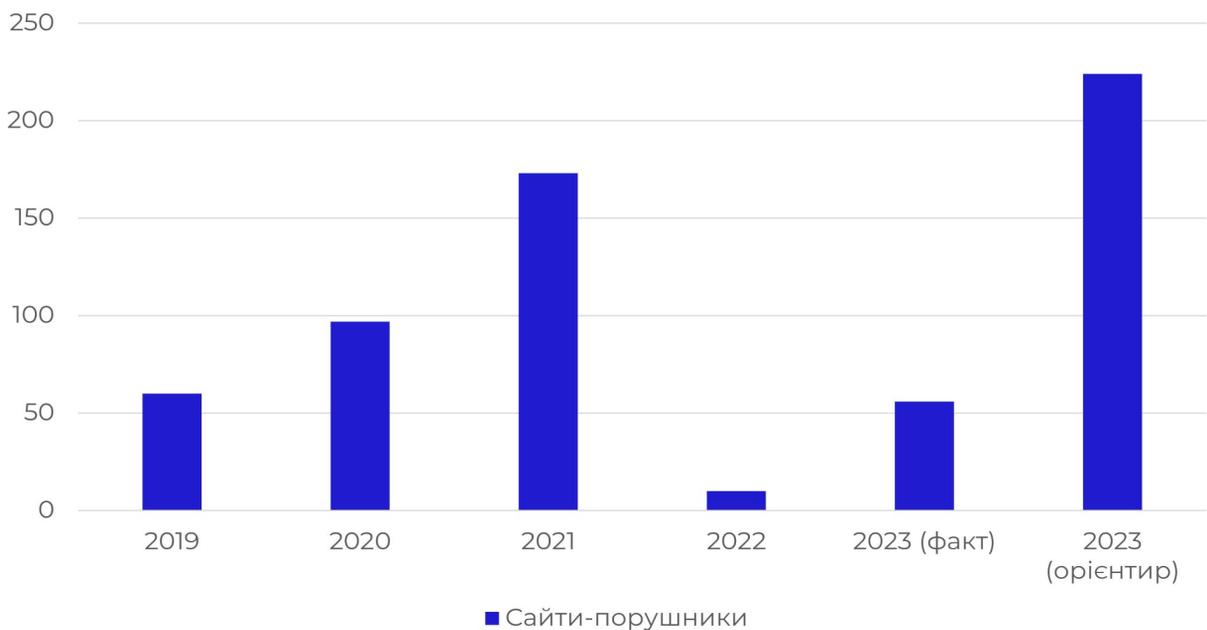


Авторське право є важливим аспектом інтелектуальної власності, яке має ключове значення для творців у цифрову епоху. Ця форма захисту дозволяє креаторам зберігати контроль над своїми творами та отримувати винагороду за їхнє використання. Однак із поширенням Інтернету та соціальних мереж, питання порушення авторських прав стало надзвичайно актуальним. Комітет ІАВ Україна підготував серію статей, у яких розповість про стан справ у сфері захисту авторських прав в цифрову епоху та шляхи вирішення поточних проблем.

Обговоримо детально ситуацію, в якій опиняються рекламні агенції та рекламодавці через порушення авторських прав, взаємодію усіх учасників процесу, механізми впливу на порушників. Дамо рекомендації, які допоможуть мінімізувати ризики порушень прав власників контенту. А також розкажемо детально про те, які існують дієві механізми захисту прав правовласників у наш час.

Масштаб авторських порушень за даними Getty images

Перш ніж поглиблюватися у тему, подивімося на статистику, яка відображає масштаб проблеми порушень авторських прав у цифровому середовищі. За останні роки кількість порушень авторських прав зростає. Споживачі та користувачі Інтернету, часто навіть не усвідомлюючи цього, копіюють, завантажують і поширюють матеріали, які захищені авторськими правами.



* ТІЛЬКИ З 01 ВЕРЕСНЯ 2023 Р. ВІДНОВИЛИ ЗВЧАЙНИЙ МОНІТОРИНГ САЙТІВ (ПІСЛЯ ЙОГО ЗУПИНКИ 24 ЛЮТОГО 2022)

За статистикою, щорічне неліцензійне використання зростає експоненційно за рахунок нових створюваних media сайтів (на 95% усі нові сайти в тій чи іншій формі використовують неліцензійний контент новин Getty images). При цьому, за результатами багаторічних переговорів – «нові» медіа-сайти (орієнтовно 50%) припиняють повторне неліцензійне використання. Також, у цій статистиці слід враховувати, що «старі» існуючі сайти незважаючи на багаторазове інформування - продовжують негативну практику.

“Невидимий ворог” правовласників контенту

Повага та дотримання прав власників контенту в усіх його проявах від аудіо-відео до текстових, графічних тощо, є не лише запорукою руху України до цінностей ЄС та світу, а й фактором, який має потужний вплив на розвиток відповідних галузей: створення музичних творів, телевізійного та іншого відео контенту, книговидання, дизайну, онлайн освіти. Попри те, що останні кілька років ми можемо відзначити певні позитивні зрушення перш за все у свідомості українців, рекламно-комунікаційна галузь зокрема ще повинна докладати певних просвітницьких та регламентних зусиль для того, щоб утримувати актуальність проблеми для профільних агенцій, рекламодавців та видавців.

На сьогодні серед гравців ринку, які використовують аудіовізуальний та текстовий контент, можна умовно виділити три категорії:

1. Не обізнані з проблемою. Тобто всі, хто при використанні контенту, не замислюється над тим, що права на нього комусь належать.
2. Обізнані з тим, що використовують контент, який комусь належить, але не вважають за потрібне юридично врегулювати питання.
3. Свідомі користувачі, які при використанні контенту вживають всі рекомендовані профільними організаціями заходи (блеклисти, регулювання на рівні контрактів з контрагентами, інформування пов'язаних сторін).

Механізми боротьби з порушниками

У зв'язку з довгостроковими етапами моніторингу та багаторазового інформування/попередження порушники можуть бути додані в блекліст у довгостроковій перспективі, але не одразу. Здебільшого порушники не розуміють суті порушення, і не бачать у цьому жодної проблеми до відповідного звернення і детального пояснення. І часто вони повторно повертаються до практики неліцензійного використання.

Тільки у виняткових ситуаціях комплексного впливу (інформування, претензійна робота та двостороннє попередження рекламних агентств, що співпрацюють з порушником, та рекламованих брендів) порушник змінює свій підхід і далі використовує лише ліцензійний контент у своїй роботі. Через війну Getty images були змушені анулювати усі попередні етапи переговорів та інформування, через що моніторинг обнулився.

Робота агенцій у вихорі проблем на сайтах-порушниках

У щоденній роботі агенцій, ми насамперед працюємо із регулярним оновленням блеклистів в налаштуваннях рекламних кампаній. Зазвичай таке оновлення відбувається раз на місяць. Проте бувають випадки, коли клієнт співпрацює з кількома агенціями та/чи має власний рекламний підрозділ інхаус. А вже використання та своєчасне оновлення блеклистів усіма учасниками процесу, як показує практика, не завжди відбувається вчасно чи регулярно. Для цього ми також додатково раз на місяць перевіряємо список рекламодавців, які розміщуються на сайтах-порушниках.

Бувають ситуації, коли ми бачимо в такому списку нашого рекламодавця, по якому ми впевнені у застосуванні блеклистів. Тоді ми проводимо детальний аналіз скріншотів та іншого наданого правовласниками матеріалу, щоб виявити причину. Частіше за все відбувається паралельне розміщення через ще одну агенцію чи власною командою рекламодавця. Цю проблему вирішує синхронне оновлення блеклистів, а також системне оновлення їх раз на місяць усіма учасниками, які запускають рекламні кампанії: як інхаус, так і агентства.

Робота агенцій у вихорі проблем на сайтах-порушниках

І більшою мірою з труднощами все ж таки стикаються не мережеві агенції, а локальні, які можуть не бачити проблеми в порушенні прав правовласників контенту. Для великих холдингів, які частіше працюють з системними глобальними рекламодавцями, необхідність дотримання всіх прав передбачено в контракті чи низці кодексів, до яких агенція повинна долучитись. Тож ми маємо регулярно в публічному полі піднімати питання дотримання прав правовласників контенту.

В рутинній роботі агенцій найскладніше відбудувати всі процеси системно, тобто так, щоб вони залишились робочими, навіть при зміні людей в команді. Це означає, що на рівні робочих обов'язків та процесів умовного медіа баєра та планера має бути присутня ця щомісячна перевірка блеклистів та списку рекламодаців, які розміщуються на сайтах-порушниках.

Часто рекламодавець, який контролює щоб для креативних матеріалів використовувались лише ліцензійні матеріали, буває надзвичайно здивований, знаходячи себе в списку тих, хто розміщується на сайтах-порушниках. І це не про те, що бренд сам використовує неліцензійні матеріали, а проблема в тому, що розміщуючи рекламу на таких недоброчесних сайтах, які крадуть чужу власність, такий рекламодавець несвідомо або за неухважністю фінансує непорядних ринкових гравців.

Рекомендації, які допоможуть агенціям мінімізувати ризики порушень прав власників контенту

- **Обов'язково щомісячно перевіряйте блеклисти.** Призначте стандартний день цієї процедури, наприклад, останній вівторок місяця. Свіжі блеклисти доступні на сайтах ІЧН, сайтах, пабліках та розсилках ІАВ Україна.
- **Обов'язково перевіряйте список рекламодавців, які розміщуються на сайтах-порушниках.** Проведіть інформаційно-просвітницьку роботу з такими рекламодавцями.
- **Забезпечуйте системність процедур та введення їх в рутину відповідних відділів.**
- **Ознайомте з гайдами ІЧН та ІАВ Україна на етапі онбордингу нових співробітників відповідних відділів агенцій.**
- **Висловлюйте публічну позицію підтримки і захисту прав правовласників.**

Отже, існує ряд труднощів, пов'язаних із неліцензійним використанням контенту, для всіх учасників digital ринку: профільних агенцій, рекламодавців та видавців. І хоч, на сьогоднішній день вже маємо багато позитивних зрушень, сфера захисту авторських прав все ще потребує активної роботи над поточними проблемами. Тож індустріальне об'єднання ІАВ Україна, Ініціатива "Чисте небо" та Getty images продовжують працювати із не обізнаними категоріями користувачів та порушниками, щоб привести їх до цивілізованого використання контенту. А також через системну роботу з гравцями, у співпраці з державою у середньостроковій перспективі, боротися з "невидимим ворогом" та сприяти збільшенню обізнаності та зростанню свідомих користувачів.

Від блеклістів до гайдів для захисту прав власників контенту

Авторське право залишається невід'ємною частиною інтелектуальної власності в цифрову епоху. Захист цих прав стає все важливішим, оскільки інтернет змінив спосіб, у який ми споживаємо і ділимося інформацією. Незаконне завантаження та поширення матеріалів, захищених авторськими правами, завдає шкоди творцям та індустрії в цілому. Знання і дотримання законів про авторське право є ключовими для збереження балансу між інтересами творців і доступом користувачів до творчих робіт.

Тож які дієві механізми захисту прав власників контенту у наш час? Відразу скажемо, що у даному питанні чарівної пігулки не існує, і доводиться паралельно працювати у кількох напрямках, звужуючи можливості нелегального використання контенту.

“Фактори, включаючи соціально-економічну ситуацію, стримують перехід користувачів до легальних майданчиків для медіа-контенту в Інтернеті. Популярність піратських ресурсів залишається високою через інтереси їх організаторів та осіб, які залучають трафік для інших проєктів. Таким чином останні підтримують піратів, надаючи їм ресурси для розвитку та захисту. Сподіваємось, що нещодавні зміни в рекламному законодавстві змінять цей процес і дозволять правовласникам більш ефективніше захищати свої порушені права. Ми залишаємося активними в цьому напрямку та готові реагувати на відповідні зміни у моделі організації діяльності протиправних ресурсів” - **В'ячеслав Мієнко (Засновник та старший партнер у Smartsolutions)**

Механізми захисту прав власників контенту

Блокування доступу до піратських сайтів: основні підходи

Піратські сайти стали серйозною загрозою для авторських прав у цифровому світі, приносячи великі збитки правовласникам контенту. Тож різні країни приймають різноманітні заходи, включаючи закони, що дозволяють блокувати доступ до таких ресурсів.

“В Україні з 31 березня було передбачено, а з 02 жовтня 2023 року деталізовано заборону замовлення розміщення реклами на веб-сайтах, які внесені до WIPO Alert. Це стосується веб-сайтів, що регулярно порушують авторські права. За порушення цих прав передбачено штрафи, наприклад, 10 мінімальних заробітних плат або 300 мінімальних заробітних плат за рекламу азартних ігор.

*Співпраця України з WIPO Alert почалася у 2020 році з підписанням меморандуму: https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/999_001-20#Text
Проте наразі у список WIPO Alert внесено лише 4 українських веб-сайти, що вказує на потребу в активізації цього процесу.*

У найближчий час очікується завершення розробки порядку формування та ведення національного переліку веб-сайтів, які порушують права інтелектуальної власності. Це має значно прискорити процес додавання сайтів до списку WIPO Alert.

*Поки чекаємо на цей порядок, рекламодавцям рекомендується укласти угоду з WIPO для зручного доступу до WIPO Alert. Зараз цей доступ є безкоштовним, але потребує укладення відповідної угоди. Заявки на укладення угоди можна подавати через форму на веб-сайті WIPO” - розповідає **Олена Андрієнко (Заступниця директора з правових питань Publicis Groupe Ukraine, Членкиня Наглядової ради Всеукраїнської Рекламної Коаліції)***

Механізми захисту прав власників контенту

Тож розглянемо, які підходи до захисту прав власників контенту існують у світі.

- **Закони без судового втручання.** Деякі країни, такі як Італія, Бразилія, Корея, Японія та Греція, надають урядовим органам право блокувати доступ до піратських сайтів без судового втручання. Це означає, що уповноважений орган може видати наказ інтернет-постачальникам блокувати сайти, які систематично порушують авторські права. Проте, цей підхід не завжди є ефективним через швидку зміну адрес та розташування сайтів.
- **Блокування за рішенням суду:** У деяких країнах рішення про блокування піратських сайтів приймається лише судом, щоб зберегти баланс між захистом авторських прав та правами користувачів.

Загальною метою цих заходів є захист авторських прав, стимулювання легального поширення контенту та зменшення шкоди, завданої піратськими сайтами. Однак, вирішуючи ці завдання, важливо уникати ускладнень у сфері свободи інтернету та цензури.

Механізми захисту прав власників контенту

Освіта

Загальною метою підвищення рівня обізнаності щодо авторських прав є виховання свідомого та відповідального споживача контенту, який поважає права авторів та сприяє сталому розвитку цифрового суспільства. Освіта та підвищення обізнаності щодо авторських прав у користувачів є критичними завданнями у сучасному цифровому світі. Їх основні вектори включають:

- **Популяризацію легальних послуг:** Замість завантаження матеріалів із сумнівних джерел, користувачі можуть використовувати легальні сервіси
- **Захист авторських прав:** розуміння важливості авторських прав і ролі творців у суспільстві.
- **Попередження порушень:** підвищення обізнаності щодо авторських прав допомагає уникати ненавмисних порушень, сприяючи зменшенню популярності піратських сайтів і незаконного завантаження контенту.
- **Цифрову грамотність:** Розвиток навичок користування цифровими ресурсами допомагає зрозуміти межі інтернет-свободи та цензури.

Механізми захисту прав власників контенту

Гайди та консультації

Надання інформаційних матеріалів та консультацій щодо авторських прав сприяє підвищенню обізнаності серед користувачів.

Тож IAB Україна спільно з Ініціативою “Чисте небо” та Getty images створили низку гайдів, які розкривають всі необхідні деталі про авторське право.

Гайд 1 з питань захисту правовласників контенту
<https://iab.com.ua/wp-content/uploads/2021/03/gajd.pdf>

Гайд 2 з питань захисту правовласників графічного та фото контенту
<https://drive.google.com/file/d/1FIHxiFRfoIYzD-XNS36fTWIKuX3VzSeu/view>

Гайд 3 - Співпраця зі Всесвітньою організацією інтелектуальної власності (WIPO Alert) допомагає виявляти та уникати розміщення реклами на веб-сайтах, які порушують авторські права
<https://iab.com.ua/wp-content/uploads/2021/11/IAB-ChysteNebo-WIPO-alert-3.pdf>

Механізми захисту прав власників контенту

Black list

Щоб не допустити ризик появи рекламодавця на сайтах з неліцензійним контентом, рекламодавцям та агенціям у цьому допомагає black list від ініціативи «Чисте небо». Кожного місяця на сайті та сторінках соціальних мереж IAB Україна публікують блек-листи з переліком веб-сайтів, до яких правовласники контенту мають претензії. Претензії порушникам висуває правовласник. Ініціатива «Чисте небо» шляхом публікації сайтів, до яких є претензії правовласників, лише інформує спільноту про факт порушення. Blacklist є інструментом попередження про порушення. Публікація списку сайтів, до яких є претензії правовласників (blacklist) є інструментом попередження про порушення. Якщо сайт неправомірно опинився у blacklist, завжди можна звернутися до правовласника, контакти яких надаються у кожному оновленому списку сайтів у blacklist.

Висновок

Забезпечення захисту авторських прав в цифрову епоху вимагає комплексного підходу, який включає правові механізми, освіту та співпрацю між зацікавленими сторонами. Лише таким чином можна зберегти баланс між інтересами творців та користувачів інформації в цифровому світі.

Команда



В'ячеслав Мієнко

Засновник та старший партнер у Smartsolutions



Олена Андрієнко

Заступниця директора з правових питань Publicis Groupe Ukraine, Членкиня Наглядової ради Всеукраїнської Рекламної Коаліції



Кирило Матвієнко

Sales Director Getty Images



Анастасія Байдаченко

CEO IAB Україна]]



Ніка Логвиновська

CEO Amplifi

ДЯКУЄМО ЗА СПІВПРАЦЮ!

Якщо у вас є зауваження, пропозиції та доповнення, будь ласка повідомте нас електронною поштою

svitlana.lemeshko@iab.com.ua

Ми врахуємо усі конструктивні доповнення у наступній редакції

GOOD
VIBES
ONLY