

Консультативный комитет по защите прав

Четырнадцатая сессия
Женева, 2 – 4 сентября 2019 г.

ПРОЕКТ «БАЗА ДАННЫХ ВОИС ПО ОБЕСПЕЧЕНИЮ УВАЖЕНИЯ ИС»

Документ подготовлен Секретариатом

АННОТАЦИЯ

В настоящем документе представлен проект, осуществляемый Секретариатом ВОИС в целях оказания помощи государствам-членам в области координации добровольных мер, предпринимаемых в соответствии с принципом «отслеживания денежных потоков» для пресечения нарушений авторского права. Проект в том числе предусматривает создание защищенной онлайн-платформы с контролируемым доступом, на которую уполномоченные органы в государствах-членах ВОИС могут загружать списки веб-сайтов, преднамеренно используемых в целях нарушения авторского права. Законно действующим представителям рекламного сектора как авторизованным пользователям разрешается обращаться к данным из этих списков в целях получения информации, необходимой для принятия решений о размещении рекламы в интернете. Проверка в базе данных ВОИС по обеспечению уважения прав ИС (база данных BRIP) позволяет рекламодателям быть уверенными в том, что их реклама случайно не появилась на веб-сайтах, нарушающих авторские права. Цель проекта заключается в ограничении притока поступлений операторам незаконных веб-сайтов, защите брендов от ущерба и уменьшении риска того, что законная реклама придаст веб-сайтам- правонарушителям видимость законных и тем самым введет в заблуждение потребителей. В настоящее время доступ к базе данных BRIP открыт для уполномоченных участников из числа государств-членов ВОИС и уполномоченных пользователей из рекламного сектора.

I. ИСТОРИЯ ВОПРОСА

1. На рекламу в интернете сегодня приходится приблизительно половина всех мировых расходов в этом секторе и, согласно прогнозам, ее доля по сравнению с

традиционными видами рекламы будет увеличиваться¹. Многие рекламные объявления появляются на веб-сайтах в результате сложных технических операций, осуществляемых самими программами без прямого вмешательства человека. Такая «программируемая» реклама, как правило, учитывает данные профиля пользователя, на компьютере которого эта реклама воспроизводится, исходя из его истории веб-поисков, местонахождения и других фиксируемых параметров пользователя. Для получения права на отправку рекламы такому конкретному пользователю через какой-либо веб-сайт рекламодатели обычно участвуют в автоматизированном аукционе. В ходе такой автоматизированной процедуры компьютерная система может проводить сверку с базами данных с соответствующей информацией, например, с черными списками веб-сайтов, которые считаются неподходящим местом для размещения рекламы какого-либо отдельного клиента или продукта.

2. Интернет-реклама – один из главных источников дохода онлайн-операторов веб-сайтов, нарушающих авторские права. Поскольку продажа интернет-рекламы является сложной и с трудом поддается контролю, законные бренды также не застрахованы от появления рекламы на их продукцию на пиратских сайтах, что порочит соответствующие товарные знаки, неизбежно придает таким сайтам видимость законных и потенциально способствует введению в заблуждение потребителей. Согласно исследованию о сайтах-правонарушителях, подготовленному по заказу Ведомства интеллектуальной собственности Европейского союза (ВИС ЕС), на долю традиционной рекламы приходится 46 процентов всей рекламы на таких сайтах². В ходе исследования, проведенного Федерацией торгово-промышленных палат Индии (ФТППИ), было установлено, что работа 73 процентов из 1 143 популярных пиратских веб-сайтов поддерживается за счет рекламы. Более крупные веб-сайты, согласно полученным оценкам, обеспечивают доход в размере от 2 до 3,5 млн долл. США в год. На широко известные бренды приходилось 54 процента рекламодателей³.

3. В ряде государств-членов ВОИС информация о пиратских сайтах доводится до сведения участников рекламной отрасли, что позволяет им (то есть владельцам брендов) давать указания своим рекламным посредникам избегать размещения рекламы на таких ресурсах. Эти методы показали свою эффективность с точки зрения уменьшения объема качественной рекламы на сайтах-правонарушителях⁴. Например, в Соединенном Королевстве подразделение Лондонской полиции по преступлениям в сфере ИС (PIPCU) ведет учет сайтов-правонарушителей с помощью специального перечня (IWL). Этот перечень составляется на основе данных, предоставленных правообладателями и проверенных PIPCU. Информация из этого списка доводится до сведения рекламодателей через онлайн-портал. Во Франции правообладатели в неофициальном порядке направляют перечни URL-адресов, нарушающих права ИС, в рекламные агентства в соответствии с государственным Кодексом передовой практики в области интернет-рекламы в интересах соблюдения авторского права и смежных прав, подписанным 23 марта 2015 г. Корейское агентство по охране авторского права (КСОПА)

¹ eMarketer (March 28, 2019), *Digital Ad Spending 2019 – Global*, доступный по адресу: <https://www.emarketer.com/content/global-digital-ad-spending-2019>.

² White Bullet Solutions Ltd. (2016), *Digital Advertising on Suspected Infringing Websites*, доступный по адресу: <https://euipo.europa.eu/ohimportal/documents/11370/80606/Digital+Advertising+on+Suspected+Infringing+Websites>.

³ SIPI/Veri-Site (2017), *Badvertising: When Ads Go Rogue*, доступный по адресу: <http://ficci.in/study-page.asp?spid=20987§orid=13>.

⁴ Пресс-релиз PIPCU (March 2, 2017), *Operation Creative Sees 64 Per Cent Drop in UK Advertising*, доступный по адресу: <https://www.cityoflondon.police.uk/advice-and-support/fraud-and-economic-crime/pipcu/pipcu-news/Pages/Operation-Creative-sees-64-per-cent-drop-in-UK-advertising-.aspx>; министерство культуры Франции (23 марта 2017 г.), *Rapport 2015-2016 de la Charte de bonnes pratiques dans la publicité pour le respect du droit d'auteur et des droits voisins*, доступный по адресу: <http://www.culture.gouv.fr/Espace-documentation/Rapports/Rapport-2015-2016-de-la-Charte-de-bonnes-pratiques-dans-la-publicite-pour-le-respect-du-droit-d-auteur-et-des-droits-voisins>.

в рамках программы «Profit Source Research» («Изучение источников дохода») отслеживает появление на сайтах-правонарушителях рекламы брендов и связывается с рекламодателями (или их рекламными агентствами) для предотвращения повторного появления такой рекламы. Ряд других стран уже внедрили подобные программы или планируют сделать это.

4. Более того, существуют различные государственные органы, занимающиеся блокировкой пиратских веб-сайтов, например итальянский Орган по предоставлению гарантий в области коммуникаций (AGCOM) или российская Федеральная служба по надзору в сфере связи, информационных технологий и массовых коммуникаций (Роскомнадзор), которые являются источниками надежной информации о контрафактном характере веб-сайтов. Эти меры по блокировке сайтов действуют только на национальном уровне. Сведения, собираемые такими органами, могли бы также использоваться в мировом масштабе с тем, чтобы ограничить приток поступлений от рекламы соответствующим сайтам, которые, несмотря на их блокировку в собственной стране, могут оставаться доступными в других странах.

5. В настоящее время отсутствует механизм координации такой деятельности, который позволил бы рекламодателям получать все имеющиеся данные и включать их в свои рекомендации рекламным посредникам. По мнению пользователей, потенциальными недостатками национальных систем является их зависимость от сведений ограниченного числа правообладателей и трудности, связанные с выявлением подозрительных сайтов на иностранных языках.

II. НАЧАЛО ПРОЕКТА

6. Двадцать девятого сентября 2017 г. Секретариат ВОИС предложил группе активно работающих в этом направлении государств-членов провести заседание в ВОИС с целью обсудить возможность создания онлайн-платформы для координации обмена информацией о веб-сайтах, нарушающих авторские права, с рекламным сектором.

7. Концепция, представленная Секретариатом, заключалась в создании защищенной онлайн-платформы, на которую соответствующие органы государств-членов могли бы загружать списки веб-сайтов-нарушителей авторского права. Авторизованным участникам рекламного сектора (владельцам брендов, рекламным агентствам и их поставщикам технических услуг) будет предоставлено право скачивать эти списки с целью получения информации, необходимой для принятия решений о размещении их рекламы на сторонних веб-сайтах. Это будет механизм, основанный на принципе на основе добровольной координации, действие которого ограничивается обменом существующей информацией. На заседании было высказано единогласное мнение о том, что такой механизм мог бы быть полезным. В итоге Секретариат подготовил план проекта и в течение последующих месяцев создал веб-платформу.

III. ПОДРОБНАЯ ИНФОРМАЦИЯ О ФУНКЦИОНИРОВАНИИ БАЗЫ ДАННЫХ BRIP

8. Схематически база данных BRIP может быть представлена следующим образом:

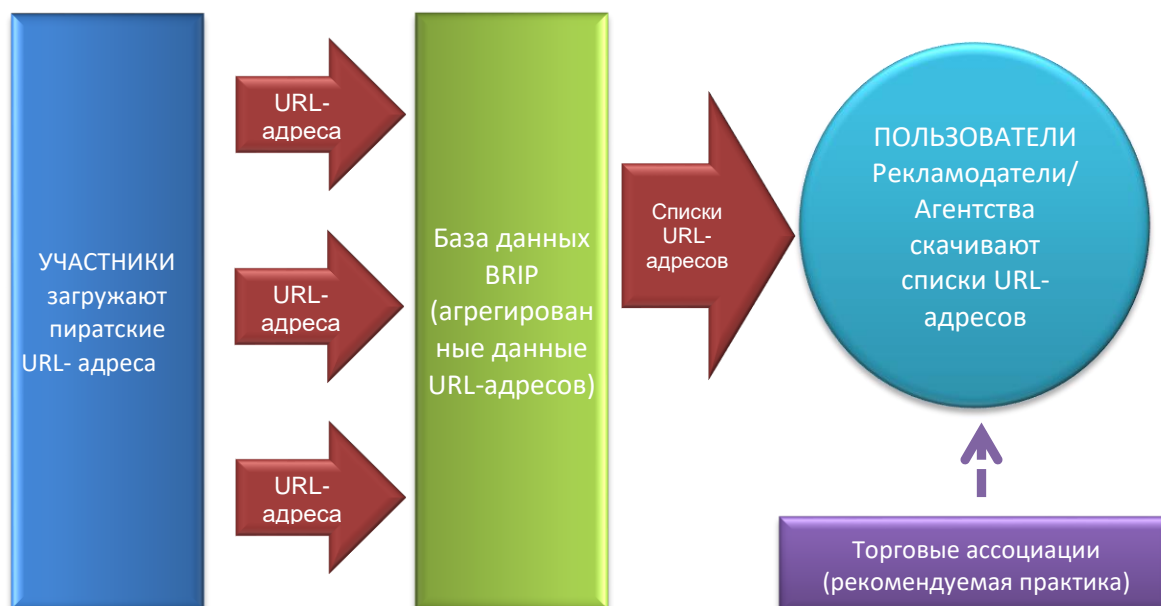


Рис. 1: Схематическое представление операций базы данных BRIP

9. База данных BRIP размещена на защищённом веб-сайте. Органы, занимающиеся сбором информации о сайтах-правонарушителях (уполномоченные участники) загружают в базу данных списки URL-адресов, нарушающих права правообладателей (то есть адреса местонахождения интернет-ресурсов, которые способствуют нарушению авторских прав). Рекламные агентства и рекламодатели (уполномоченные пользователи) имеют контролируемый доступ к базе и могут выбирать списки для просмотра в качестве агрегированных данных. Уполномоченные пользователи на основании этих данных могут давать указания своим поставщикам технических услуг не допускать размещения их рекламы на перечисленных в списке сайтах. Эта система действует на основе писем о взаимопонимании (ПОВ) между уполномоченными участниками и ВОИС и пользовательских соглашений между уполномоченными пользователями и ВОИС.

10. Использование базы данных BRIP не предполагает вынесения ВОИС какого-либо заключения о том, что тот ли иной сайт нарушил авторское право с юридической точки зрения. Скорее речь идет о необходимом для размещения национального списка на платформе определении того, что в этом списке указаны «сомнительные сайты». «Сомнительный сайт» определяется как «область в онлайн-пространстве, обоснованно подозреваемая уполномоченным участником в умышленном нарушении авторского права или смежных прав или способствующая такому нарушению на территории страны регистрации или других стран»⁵.

11. В то время как все органы государств-членов, которые ведут списки веб-сайтов-правонарушителей, принимают решение о том, следует ли включать тот или иной веб-сайт в данный список, могут измениться используемые критерии. Однако на практике сайты, выявленные для включения в национальные базы данных, неизменно и в неприкрытой форме содействуют нарушению авторских прав. Критерий для определения

⁵ Определение выработано на основе положений раздела 115A Закона « Об авторском праве » Австралии (блокировка сайтов).

«сомнительных сайтов» учитывает любые незначительные расхождения между подходами на национальном уровне, при этом обращается внимание на то, что ВОИС выполняет чисто административные функции в процедуре распространения данных.

12. Органы, предоставляющие информацию, несут ответственность за действительность их списков. Контроль эффективности работы системы, если таковой имеется, по-прежнему будет осуществляться на национальном уровне. Лица, упомянутые при указании какого-либо веб-сайта в национальном списке, сохраняют за собой все имеющиеся у них на национальном уровне права на соответствующий пересмотр или обжалование. В случае исключения какого-либо сайта из национального списка соответствующий уполномоченный участник безотлагательно обновляет свой список на платформе ВОИС.

13. Доступ к portalу будут иметь только рекламодатели и рекламные посредники, утвержденные ВОИС после проверки их добросовестности. Уполномоченные участники имеют право закрыть доступ к их данным любому уполномоченному пользователю.

14. После подписания ПОВ (в случае уполномоченных участников) или пользовательского соглашения (в случае уполномоченных пользователей), каждый пользователь сайта получает от модератора логин. Пользователь сайта получает доступ к платформе через страницу регистрации.

15. Для того чтобы вручную пополнить список сайтов, уполномоченный участник нажимает на кнопку «Add domain(s)» («Добавить домен(-ы)»).

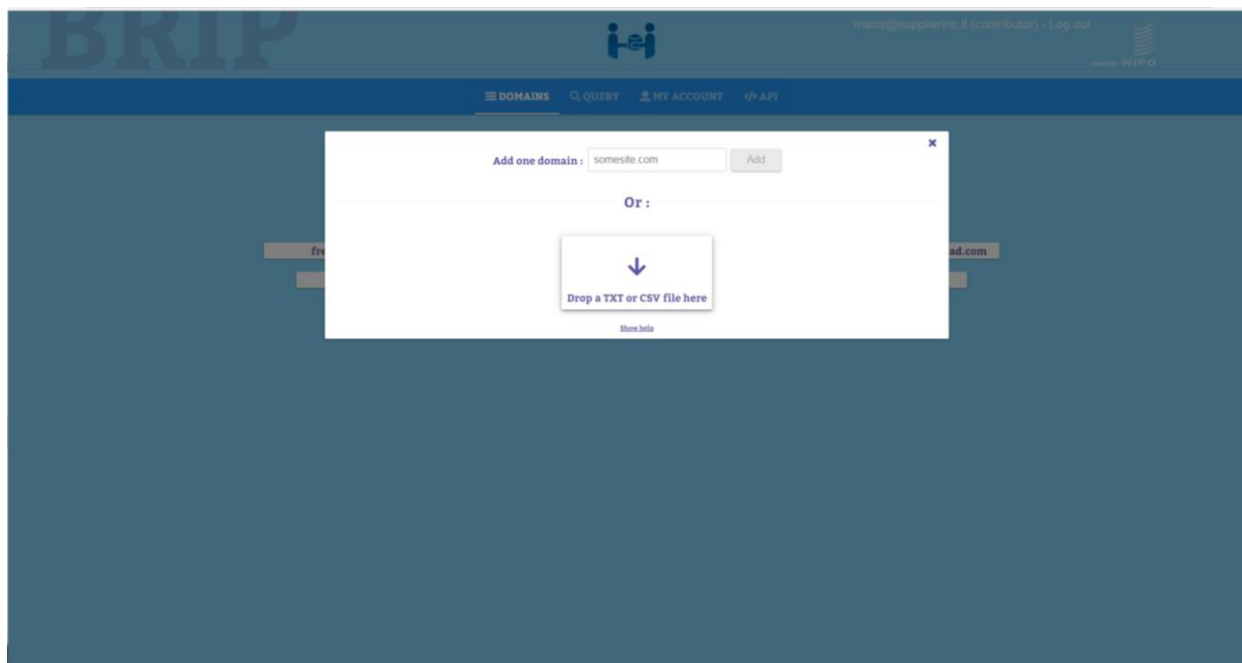


Рис. 2: Службная программа участника для добавления URL-адресов в национальный список

16. Уполномоченный участник может вручную ввести название каждого сайта или перенести весь список в формате .txt or .csv в диалоговое окно. После этого указанные веб-сайты будут автоматически подгружены в систему. Допускается также указание IP-адресов, например «193.5.93.25». Это позволяет вести учет пиратских приложений или «apps», доступ к которым в дополнение к обычным веб-сайтам можно получить используя адаптированные телевизионные приставки.

17. Совместная выгода от использования такой платформы заключается в том, что государствам-членам не приходится создавать свою собственную онлайн-инфраструктуру для хранения и распространения списков сомнительных сайтов. Эти списки можно просто получить через базу данных BRIP, и доступ к ним можно контролировать с помощью служебных программ, предоставленных в пользование уполномоченным участникам.

18. Было бы желательно, чтобы для обновления или просмотра сайта все пользователи обращались к программному интерфейсу приложения (API). Уполномоченный участник может задать в настройках своего сервера параметры для автоматического взаимодействия с платформой через API.

19. Для того, чтобы получить информацию о том, кто из уполномоченных пользователей имеет доступ к его списку, уполномоченный участник может нажать на кнопку «Manage who can see your list» («Показать тех, кто имеет доступ к вашему списку»). В соответствующем окне появится список всех уполномоченных пользователей, имеющих доступ к платформе, и по выбору можно заблокировать любого пользователя.

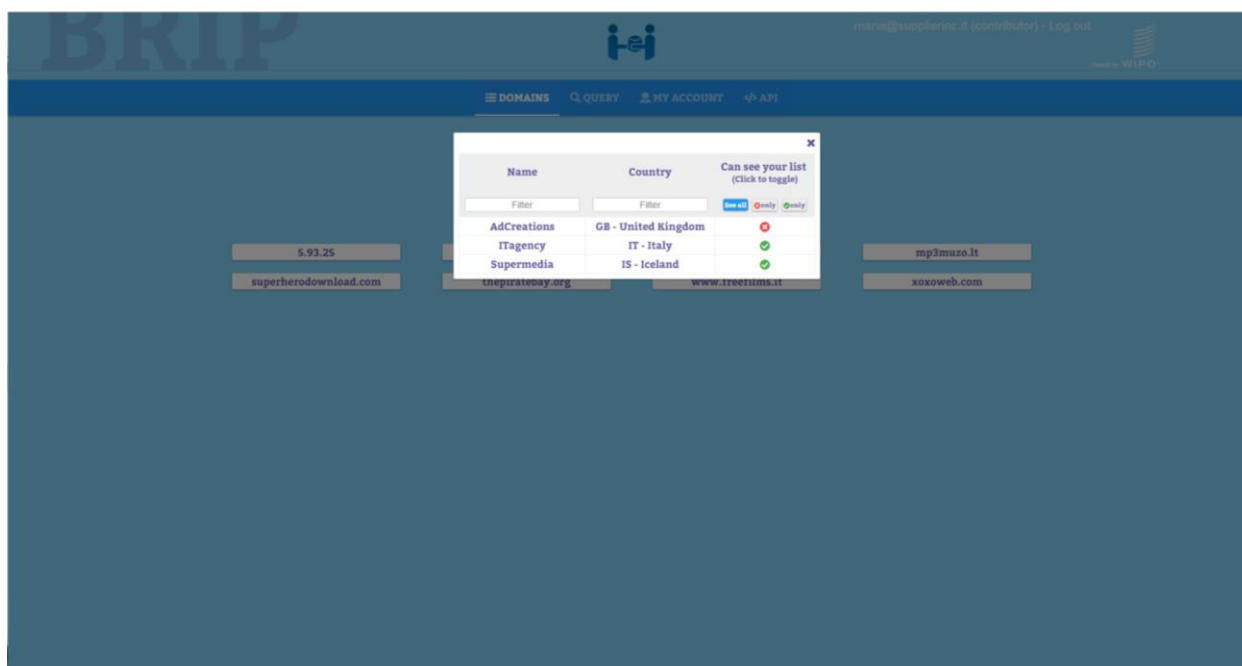


Рис. 3: Служебная программа участника для блокировки доступа отдельного уполномоченного пользователя

20. Любой уполномоченный пользователь заходит в систему так же, как и уполномоченный участник, но не может добавлять в базу данных новые домены или исключать какие-либо домены. Уполномоченный пользователь может проверить, был ли тот или иной домен включен в имеющийся на платформе список, для чего необходимо ввести его параметры вручную или зайти в базу данных в автоматическом режиме через API.

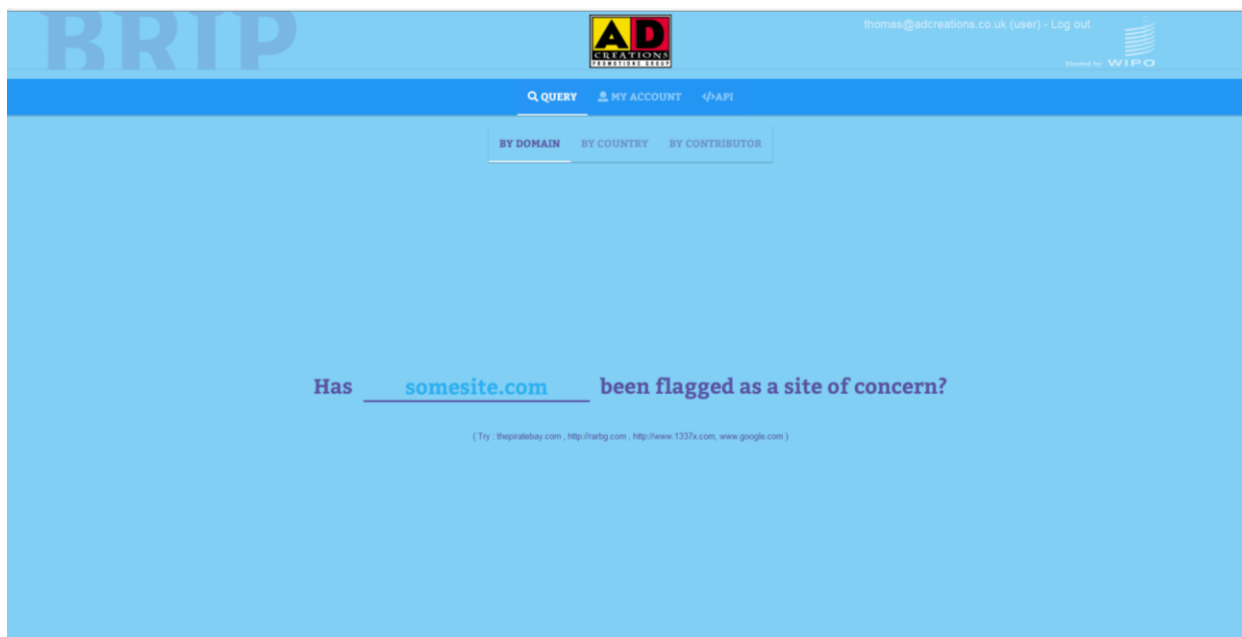


Рис. 4: Службная программа пользователя для проверки наличия какого-либо URL-адреса в списке сомнительных сайтов

21. Уполномоченный пользователь может осуществлять поиск по странам или по уполномоченным участникам:

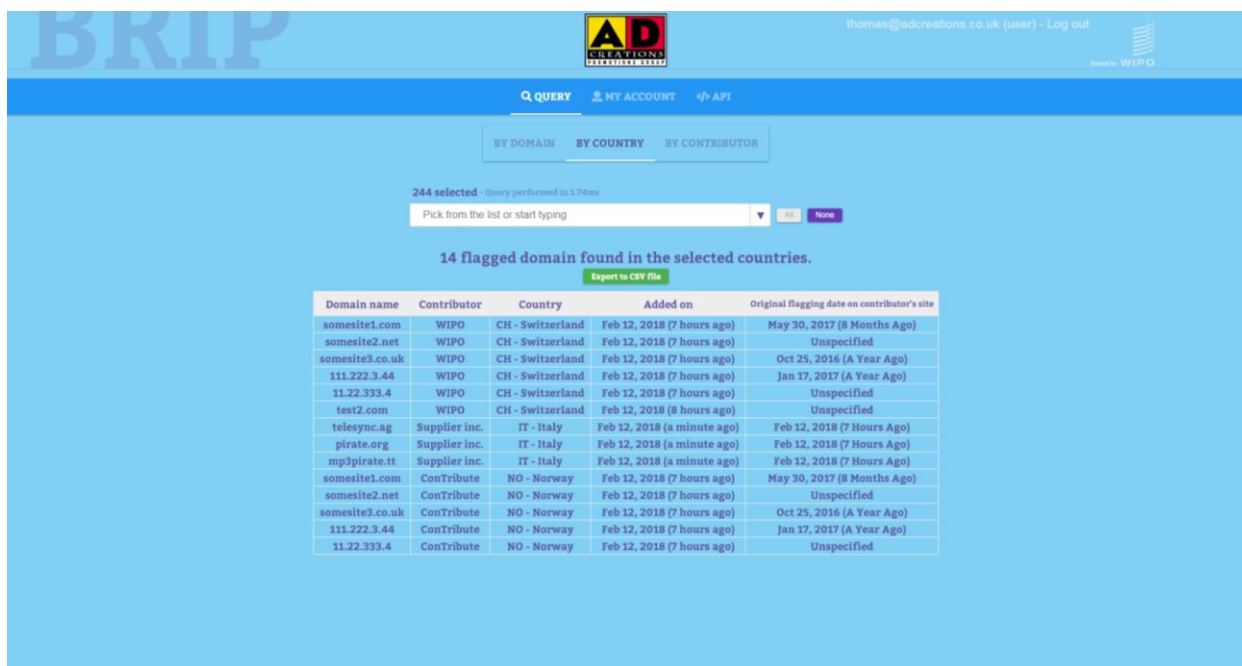


Рис. 5: Результат поиска по странам

22. Основная функция – это возможность выяснить, указан ли тот или иной домен в базе или нет. В предпочтительном варианте в соответствии с рекламным алгоритмом рекламодатель, прежде чем разместить рекламу на одном из сайтов, обращается к базе данных через API. Если сайт указан в базе данных, то в соответствии с этим алгоритмом реклама не направляется для размещения на этом сайте. При таком порядке действий процесс проходит абсолютно гладко и не требует вмешательства человека.

IV. МЕРОПРИЯТИЯ НА УРОВНЕ ЕВРОПЕЙСКОГО СОЮЗА

23. Двадцать пятого июня 2018 г. в Брюсселе, Бельгия, под эгидой Генерального управления по вопросам внутреннего рынка, отрасли, предпринимательства и МСП Европейской комиссии (DG Grow) в целях подписания Меморандума о взаимопонимании по вопросу об онлайн-рекламе и правах интеллектуальной собственности (Меморандум) прошло заседание с участием представителей 28 заинтересованных сторон, ведущих деятельность в области рекламы⁶. В соответствии с Меморандумом участники взяли на себя обязательство свести к минимуму размещение рекламы на веб-сайтах и в мобильных приложениях, которые нарушают авторское право или распространяют контрафактные товары.

24. Создание базы данных BRIP дополняет работу Европейской комиссии в этой области. Начиная с сентября 2018 г. поддерживается тесное сотрудничество между DG Grow и Секретариатом.

V. ТЕКУЩЕЕ ПОЛОЖЕНИЕ ДЕЛ

25. Секретариат продолжает консультации с государствами-членами по вопросу о ходе осуществления проекта. С рядом государств-членов были проведены двусторонние обсуждения по вопросу о возможном участии этих государств в качестве сторон, предоставляющих данные для базы данных BRIP. Эта база данных успешно пополняется экспериментальными данными при содействии AGCOM и КСОРА. После недавнего завершения технических мероприятий предполагается, что теперь база данных BRIP должна начать функционировать.

26. Секретариат осуществляет целенаправленную деятельность по привлечению к консультациям и участию всех тех, кто активно работает в области интернет-рекламы, в том числе торговые ассоциации. Секретариат провел обсуждение с региональными и национальными ассоциациями в этом секторе, которые уже приступили к распространению информации о базе данных BRIP среди своих членов, а также с отдельными владельцами брендов. Данный проект касается более общего вопроса, представляющего в настоящее время интерес для рекламного сектора, а именно вопроса о «безопасности бренда» или предотвращении действий, порочащих репутацию брендов в результате возникновения ассоциаций с рекламой, способной нанести ущерб такой репутации.

VI. ЗАКЛЮЧЕНИЕ

27. Проект «База данных BRIP» в настоящее время открыт для присоединения к нему уполномоченных участников из числа государств-членов ВОИС и уполномоченных пользователей из рекламного сектора. Проект отвечает растущей заинтересованности директивных органов в использовании механизмов обеспечения уважения ИС, основанных на принципах добровольного сотрудничества, а не на применении судебных или иных обязательных к исполнению мер. Однако успех проекта будет зависеть от степени заинтересованности в нем соответствующих органов государств-членов и участников рекламного сектора.

[Конец документа]

⁶ См.: https://ec.europa.eu/growth/industry/intellectual-property/enforcement/memorandum-of-understanding-online-advertising-ipr_en.