

## Консультативный комитет по защите прав

Четырнадцатая сессия  
Женева, 2 – 4 сентября 2019 г.

### РОЛЬ ПОСРЕДНИКОВ В ЗАЩИТЕ ПРАВ ИС

*Доклады подготовлены Всемирным почтовым союзом, Ассоциацией производителей вычислительной техники и средств связи, а также компаниями Alibaba Group, Amazon, Facebook и Google*

1. На тринадцатой сессии ККЗП, состоявшейся 3 – 5 сентября 2018 г., Комитет постановил рассмотреть помимо прочих тем на своей четырнадцатой сессии тему «Обмен информацией о национальном опыте в области использования институциональных механизмов осуществления политики и установления режимов защиты прав ИС, включая механизмы для сбалансированного, комплексного и эффективного урегулирования споров по вопросам ИС». В рамках этой темы в настоящем документе представлены доклады двух наблюдателей (Всемирного почтового союза (ВПС) и Ассоциации производителей вычислительной техники и средств связи (CCIA)) и четырех частных компаний (Alibaba Group, Amazon, Facebook и Google) о роли посредников в защите прав ИС.
2. В докладах, представленных в настоящем документе, рассказывается о мерах по охране и защите прав ИС, принимаемых различными посредниками в контексте оказания ими услуг и в рамках используемых ими платформ. Речь идет как о мерах по обеспечению соблюдения действующих правил, так и об упреждающих мерах, принимаемых ими добровольно и выходящих за рамки нормативных требований. В докладе ВПС описаны некоторые из инициатив в отношении сотрудничества и партнерских отношений между ВПС и другими организациями, направленных на борьбу с контрафакцией и пиратством и обеспечение целостности логистических цепей международной почтовой связи. В докладе CCIA рассказывается об усилиях нескольких онлайн-посредников из числа членов ассоциации, направленных на защиту прав ИС. В нем подробно описаны методы и процедуры уведомления и принятия мер, предусмотренные законодательными актами, такими как Закон Соединенных Штатов об

авторском праве в цифровую эпоху и Директива Европейского союза об электронной коммерции, а также другие добровольно принимаемые меры.

3. В докладах четырех частных компаний представлен широкий спектр мер по охране ИС и противодействию нарушениям прав ИС, принимаемых посредниками на добровольной основе. Обсуждаются, в частности, многочисленные технологические решения, позволяющие Alibaba Group предусмотрительно и по собственной инициативе удалять контент, в отношении которого существует подозрение, что он нарушает права ИС, а также сотрудничество компании с правоохранительными органами и правообладателями в рамках созданного Alibaba Альянса по борьбе с контрафакцией. В докладе Amazon рассказывается, в частности, о сервисе компании Brand Registry, автоматизированных средствах защиты, основанных на технологиях машинного обучения, и Transpaency – сервисе для отслеживания отдельных товаров. В докладе Facebook подробно описаны различные меры по охране ИС, принимаемые на платформах Facebook и Instagram, – от целого комплекса принципов, правил и условий пользования, стандартов и правил сообщества до таких инструментов, как программа для сопоставления видеоматериалов Rights Manager и программа Commerce & Ads IP Tool. Доклад компании Google посвящен поисковой системе Google; в нем рассказывается об усовершенствовании алгоритмов, лежащих в основе формирования поисковой выдачи, а также о разработке оптимизированных процедур подачи запросов для правообладателей в целом и для доверенных правообладателей, имеющих хороший послужной список в плане подачи обоснованных запросов, в частности.

4. В совокупности эти доклады являют собой примеры многообразия мер, принимаемых онлайн-посредниками и другими посредниками для борьбы с нарушениями авторских прав и прав на товарные знаки в контексте их платформ и сервисов, – от упрощения процедур подачи уведомлений о нарушении прав и принятия мер по ним до технологических инструментов, упрощающих выявление и предотвращение нарушений. В этих докладах представлены множество примеров того, как посредники сотрудничают с правообладателями и правоохранительными органами и пользуются возможностями новых технологий.

5. Доклады представлены в следующем порядке:

Нарушение прав интеллектуальной собственности в международной логистической цепи почтовых отправлений и стратегии смягчения последствий таких нарушений .....	3
Стратегии охраны интеллектуальной собственности, применяемые для информационными посредниками .....	8
Достижения компании Alibaba Group в области охраны интеллектуальной собственности.....	14
Инициативы компании Amazon, направленные на предотвращение контрафакции.....	19
Охрана интеллектуальной собственности на платформах Facebook и Instagram.....	25
Охрана авторского права в поисковой системе Google .....	31

[Доклады следуют]

## НАРУШЕНИЕ ПРАВ ИС В МЕЖДУНАРОДНОЙ ЛОГИСТИЧЕСКОЙ ЦЕПИ ПОЧТОВЫХ ОТПРАВЛЕНИЙ И СТРАТЕГИИ СМЯГЧЕНИЯ ПОСЛЕДСТВИЙ ТАКИХ НАРУШЕНИЙ

*Доклад подготовил представитель Международного бюро Всемирного почтового союза (ВПС), Берн, Швейцария\**

### АННОТАЦИЯ

С момента создания Всемирного почтового союза (ВПС) в 1874 г. число стран-членов (в настоящее время 192) и общий охват международной почтовой сети возросли в геометрической прогрессии. Такой рост также приводит к потенциальному увеличению числа злоупотреблений как основополагающей концепцией ВПС, которая заключается в обеспечении единого почтового пространства, так и доверием широкой общественности к почтовым услугам. Одной из угроз для целостности международной системы почтовых поставок является распространение контрафактных и пиратских товаров. В данном документе описываются соответствующие тенденции в рамках международной почтовой системы, а также механизмы, в рамках которых ВПС сотрудничает с другими организациями, и его собственные инициативы, направленные, в частности, на ликвидацию контрафактных и пиратских товаров и обеспечение целостности международной цепочки почтовых поставок.

### I. МЕЖДУНАРОДНАЯ СТРАТЕГИЯ ПОЧТОВОЙ БЕЗОПАСНОСТИ И СВЯЗАННЫЕ С НЕЙ ИНИЦИАТИВЫ В ОБЛАСТИ СОТРУДНИЧЕСТВА

1. С момента создания Всемирного почтового союза (ВПС) в 1874 г. число стран-членов (в настоящее время 192) и общий охват международной почтовой сети возросли в геометрической прогрессии. основополагающим принципом, которому привержены все государства – члены ВПС, является создание единого почтового пространства для взаимного обмена почтовыми отправлениями<sup>1</sup>.

2. На протяжении многих лет злоупотребление единым почтовым пространством путем распространения контрафактных и пиратских товаров через международную почтовую сеть является предметом постоянной обеспокоенности государств – членов ВПС, их назначенных операторов<sup>2</sup> и других заинтересованных сторон в цепочке почтовых отправлений.

---

\* Мнения, выраженные в настоящем документе, принадлежат автору и могут не совпадать с мнениями Секретариата или государств – членов ВОИС.

<sup>1</sup> Государства – члены ВПС обязуются обеспечивать взаимный обмен почтовыми отправлениями и обрабатывать такие почтовые отправления, пересылаемые транзитом из других стран, без дискриминации, таким же образом, как и свои собственные почтовые отправления. См. статью 1bis(1)(1.3) Устава Всемирного почтового союза (с последними изменениями, внесенными Десятым дополнительным протоколом), размещенную по адресу: <http://www.upu.int/en/the-upu/acts-of-the-union-and-other-decisions/acts-of-current-cycle.html>.

<sup>2</sup> В соответствии со статьей 1bis(1)(1.7) Устава Всемирного почтового союза (с последними изменениями, внесенными Десятым дополнительным протоколом) назначенным оператором является «любая государственная или негосударственная организация, официально назначаемая страной-членом для обеспечения эксплуатации почтовых служб и выполнения относящихся к ним обязательств, вытекающих из Актов Союза, на ее территории».

3. Согласно соответствующим положениям своих Актов (в частности, статьям 8, 9 и 19 Всемирной почтовой конвенции, которые касаются соответственно почтовой безопасности, нарушений и запрещенных отправок) ВПС привержена обеспечению безопасной и надежной транспортировки и транзита международных почтовых отправок и устранению контрафактных и пиратских товаров из международной цепочки почтовых поставок. Эта приверженность подкрепляется установлением институциональных и технических партнерств с целью повышения уровня осведомленности заинтересованных сторон в цепочке почтовых поставок о нарушениях прав интеллектуальной собственности (ПИС) и более полного понимания ими этой проблематики.
4. Через внутренние структурные подразделения, учрежденные при Совете почтовой эксплуатации, в частности Таможенный отдел, Транспортный отдел и Отдел по вопросам почтовой безопасности, ВПС осуществляет деятельность, направленную на повышение уровня осведомленности государств-членов, назначенных операторов и других заинтересованных сторон в цепочке почтовых поставок о проблемах, связанных с ПИС. На регулярной основе вносятся поправки в Регламент Всемирной почтовой конвенции в целях дальнейшего совершенствования правил применения, необходимых для осуществления Всемирной почтовой конвенции (включая, помимо прочего, более подробные правила, касающиеся предоставления предварительных электронных данных, обработки ошибочно принятых отправок и таможенных вопросов).
5. Кроме того, положительные результаты приносит реализация ряда давних инициатив в области сотрудничества, например с Всемирной таможенной организацией (ВТАО). В рамках этих институциональных отношений (которые были формально закреплены посредством заключения конкретного соглашения о сотрудничестве и учреждения Комитета по связям ВПС-ВТАО), страны – члены ВПС (обычно через представителей своих назначенных операторов) и члены ВТАО (через представителей своих таможенных органов) обсуждают и решают вопросы, представляющие общий интерес, включая проекты, касающиеся предоставления электронных предварительных данных, и инициативы, направленные на решение проблем, связанных с контрафактными и пиратскими товарами в международной цепочке почтовых поставок.
6. Прочные отношения с Международной организацией гражданской авиации (ИКАО) также поддерживаются на основе конкретного соглашения о сотрудничестве; этому партнерству был придан дополнительный импульс благодаря созданию Комитета по связям ВПС-ИКАО. Этот комитет занимается изучением соответствующих вопросов, связанных с обеспечением охраны и безопасности международной системы почтовых отправок в той степени, в которой это касается отрасли гражданской авиации.
7. ВПС также активно сотрудничает с Международной ассоциацией воздушного транспорта (ИАТА) через Комитет по связям ВПС-ИАТА, в рамках которого изучаются дополнительные возможности сотрудничества и проведения обучения сотрудников авиакомпаний-партнеров, которые являются неотъемлемым элементом международной цепочки почтовых поставок.
8. Кроме того, недавно были установлены партнерские отношения с Международным комитетом по контролю над наркотиками (МККН), формально закрепленные в 2018 г. подписанием Меморандума о взаимопонимании между ВПС и МККН. Это сотрудничество предполагает твердую приверженность обеих сторон проведению подготовки сотрудников почтовых и таможенных служб по вопросам, касающимся решения возникающих проблем, связанных с распространением новых психоактивных веществ (НПВ), и обеспечения при этом их законной перевозки в случаях, когда это необходимо.

9. Кроме того, ВПС постоянно изучает варианты расширения сферы охвата за счет установления новых партнерских связей и осуществления образовательных проектов. Среди недавних инициатив следует отметить подписание ВПС Декларации международной целевой группы «Объединения в защиту дикой природы» (United for Wildlife) в поддержку усилий по борьбе с незаконной перевозкой диких животных и растений и товаров, изготовленных на их основе, иницированной Королевским фондом герцога и герцогини Кембриджских с целью пресечения потока незаконной торговли ресурсами дикой природы.

10. Дополнительные информационно-просветительские мероприятия в аналогичных областях проводятся в сотрудничестве со следующими организациями: Федерация швейцарской часовой промышленности; Транснациональный альянс по борьбе с незаконной торговлей (TRACIT); Организация экономического сотрудничества и развития (ОЭСР); проект «Бизнес против контрафакции и пиратства» Международной торговой палаты (BASCAP); и Трансграничная ассоциация (СВА). В рамках этих совместных инициатив ВПС изучает различные пути укрепления потенциала и обмена информацией с внешними заинтересованными сторонами по различным темам, связанным с почтовой безопасностью, включая возможности разработки проектов по борьбе с контрафакцией.

## **II. МЕЖДУНАРОДНАЯ ПОЧТОВАЯ БЕЗОПАСНОСТЬ И ПЕРСПЕКТИВЫ ПОЧТОВОЙ СЛУЖБЫ**

11. Согласно прогнозу экономического развития почтовой службы ВПС 2019 г. объемы международной письменной корреспонденции сокращаются во всех регионах, за исключением Азиатско-Тихоокеанского региона, где тенденция к росту может быть объяснена увеличением числа небольших посылок (менее 2 кг), отправляемых с платформ электронной торговли (которые в настоящее время классифицируются в рамках ВПС как часть почтовых услуг). Несмотря на то, что объемы международных отправок, обрабатываемых назначенными операторами, по-прежнему относительно невелики по сравнению с объемами внутренних отправок, отмечается существенный рост объемов международных почтовых посылок, который в 2017 г. составил 29,7%. Фактически, начиная с 2007 г. объемы международных почтовых посылок увеличились в два раза.

12. Вышеупомянутое увеличение по большей части объясняется растущими объемами продаж через платформы электронной коммерции вследствие значительного повышения уровня охвата цифровой связью во всем мире. По данным Международного союза электросвязи (МСЭ)<sup>3</sup> более половины населения мира имеет постоянное подключение к Интернету, что способствует дальнейшему расширению объемов международных почтовых отправок. Соответственно, назначенные операторы в целом представляют собой крупнейшую в мире физическую сеть, насчитывающую 668 445 почтовых отделений и 5,26 млн сотрудников. Однако широкий охват этой сети также может быть использован в противозаконных целях с помощью вредоносных средств.

---

<sup>3</sup> Международный союз электросвязи (2018 г.), отчет «Измерение информационного общества» за 2018 г., стр. 3. См.: <https://www.itu.int/en/ITU-D/Statistics/Pages/publications/misr2018.aspx>.

Объем международной письменной корреспонденции = 3,06 млрд. отправок (-5,23% по сравнению с 2018 г.)

Объем международных почтовых посылок = 0,18 млрд. отправок (+29,70% по сравнению с 2018 г.)

13. ВПС активно работает над тем, чтобы помочь своим странам-членам соблюдать действующие и недавно принятые международные почтовые правила в отношении предоставления предварительных электронных данных, которые включают в себя предпозвоночную

предварительную информацию о грузе (PLACI) и данные о характеристиках отправок (ITMATT). В частности, это позволит таможенным органам использовать такие предварительные электронные данные и обмениваться ими с назначенными операторами, местными правоохранительными органами и частными заинтересованными сторонами для определения тех поступающих в страну почтовых отправок, которые содержат вызывающие подозрения предметы (с точки зрения ПИС), что позволит отделить эти предметы и подвергнуть их тщательному осмотру соответствующими таможенными органами. Как упоминалось ранее, эта работа проводится ВПС в сотрудничестве с другими организациями, такими как ВТАО, ИКАО и ИАТА.

14. Кроме того, с учетом специфики международной почтовой цепи поставок, многие преступные группировки используют т.н. метод распределения «небольших объемов с высокой периодичностью», который позволяет свести к минимуму риск обнаружения и финансовые потери в случае конфискации. Этот метод зачастую является идеальным инструментом для отмывания денег и финансирования другой преступной деятельности. В настоящее время ВПС работает над укреплением потенциала и развитием более глубокого понимания (в частности, посредством проведения адаптированных для отдельных регионов семинаров и учебных сессий) среди различных заинтересованных сторон в цепочке почтовых поставок в отношении необходимости надежного обмена электронными данными наряду с повышением достоверности таких собранных данных.

15. В настоящее время по линии ВПС также предпринимаются усилия (как внутри Организации, так и в сотрудничестве с другими учреждениями системы Организации Объединенных Наций), направленные на обеспечение возможности совместного использования различными заинтересованными сторонами на международном уровне усовершенствованного аналитического механизма (включающего обмен информацией об основных источниках нарушений и вопиющих случаях международных поставок контрафактных и пиратских товаров) для оказания помощи в выявлении и пресечении угроз для международной системы почтовых поставок. Затем данный механизм можно было бы использовать для оказания содействия сотрудникам пограничных служб и местных правоохранительных органов в оценке и взимании надлежащих таможенных пошлин и изъятии контрафактных или запрещенных товаров по прибытии в страну назначения. С этой целью в 2014 г. Организация создала Систему таможенного декларирования ВПС, призванную содействовать обмену электронными данными между заинтересованными сторонами в цепочке почтовых поставок и таможенными органами. Примерно двадцать назначенных операторов уже используют данную систему, и еще ряд операторов приступили к соответствующему этапу тестирования.

### III. ЗАКЛЮЧЕНИЕ

16. В незаконном обороте контрафактных товаров участвуют (намеренно или нет) многочисленные субъекты, такие как производители товаров, потребители, интернет-продавцы, экспедиторы, транспортные компании (воздушные/морские/железнодорожные перевозки), сотрудники таможенных служб и назначенные операторы. Как показывает

опыт, решения по предотвращению или смягчению последствий деятельности, связанной с преступлениями в области интеллектуальной собственности, требуют открытого диалога с участием всех соответствующих заинтересованных сторон.

17. В этой связи ВПС продолжает участвовать в межотраслевом сотрудничестве и проектах по обмену знаниями с другими международными организациями (такими, как ВОИС) и стремится внести соответствующий вклад в работу по этой важной теме.

[Конец доклада]

## СТРАТЕГИИ ОХРАНЫ ИНТЕЛЛЕКТУАЛЬНОЙ СОБСТВЕННОСТИ, ПРИМЕНЯЕМЫЕ ИНФОРМАЦИОННЫМИ ПОСРЕДНИКАМИ

*Доклад подготовили г-н Кристиан Борггерин, вице-президент Ассоциации производителей вычислительной техники и средств связи (CCIA) и директор подразделения CCIA в Европе, Брюссель, Бельгия, и г-жа Али Стернбург, Старший советник по вопросам политики CCIA, Вашингтон, округ Колумбия, Соединенные Штаты Америки\**

### АННОТАЦИЯ

Информационные посредники прилагают значительные усилия для защиты прав интеллектуальной собственности (ПИС) и предотвращения их нарушений. Их действия в той связи можно разделить на две категории: (а) следование нормативно-правовым режимам, таким как процедура действия по запросу или удаления контента по запросу; и (b) превышающие нормативные рекомендации добровольные меры по предотвращению загрузки на сайты предположительно незаконного контента или по его удалению по собственной инициативе представителей индустрии.

### I. ВВЕДЕНИЕ

1. На сегодняшний день огромное число онлайн-сервисов предоставляет пользователям сети интернет инструменты и площадки для создания и распространения невероятного объема контента и цифровой коммуникации. Онлайн-сервисы крайне разнородны и варьируются от небольших стартапов до всемирно известных компаний, однако все они помогают пользователям сделать ту или иную информацию доступной третьим лицам через интернет.

2. Такие инструменты пользуются беспрецедентной популярностью у общественности<sup>1</sup>. Наиболее узнаваемые в этой сфере бренды регулярно попадают на вершину рейтингов самых уважаемых компаний<sup>2</sup> благодаря тому значению, которое потребители придают многим онлайн-сервисам<sup>3</sup>.

---

\* Мнения, выраженные в настоящем документе, принадлежат авторам и могут не совпадать с мнениями Секретариата или государств-членов ВОИС.

<sup>1</sup> Так на портал YouTube каждую минуту загружается более 400 часов видео (Google (ноябрь 2018 г.), How Google Fights Piracy, стр. 19, публикация доступна по адресу: [https://storage.googleapis.com/gweb-uniblog-publish-prod/documents/How\\_Google\\_Fights\\_Piracy\\_2018.pdf](https://storage.googleapis.com/gweb-uniblog-publish-prod/documents/How_Google_Fights_Piracy_2018.pdf)). По оценкам, каждую секунду пользователи отправляют 8 502 сообщения в сети Twitter, загружают 916 фотографий в Instagram, создают 1 533 записи в Tumblr и просматривают 78 878 видеороликов на YouTube (Internet Live Stats, доступно по адресу: <https://www.internetlivestats.com/one-second/> (дата последнего посещения – 23 мая 2019 г.)).

<sup>2</sup> Например: Daniel Roth (3 апреля 2019 г.), Top Companies 2019: Where the U.S. Wants to Work Now, доступно по адресу: <https://www.linkedin.com/pulse/top-companies-2019-where-us-wants-work-now-daniel-roth/>; Fortune (январь 2019 г.), The World's Most Admired Companies, доступно по адресу: <http://fortune.com/worlds-most-admired-companies/>; Axios (6 марта 2019 г.), The Axios Harris Poll 100 Reputation Rankings, доступно по адресу: <https://www.axios.com/axios-harris-poll-corporate-reputations-bcc0c03d-0bb5-4eb1-b591-4622bb4b01ed.html>.

<sup>3</sup> Erik Brynjolfsson, Avinash Collis and Felix Eggers (9 апреля 2019 г.), Using Massive Online Choice Experiments to Measure Changes in Well-being, 116 Proceedings of the National Academy of Sciences of the United States of America 7250-7255, доступно по адресу: <https://www.pnas.org/content/116/15/7250>.



3. Однако такие сервисы не только облегчают ценную для общества коммуникацию и самовыражение в гигантских объемах, но также могут использоваться нарушителями прав интеллектуальной собственности (ИС). Представители интернет-сектора придают этой проблеме большое значение и прилагают значительные усилия для предотвращения нарушений прав ИС в сети. Эти усилия в основном полагаются на наиболее распространенный в мире правовой режим, известный в Соединенных Штатах Америки как процедура действия по запросу или удаления контента по запросу.

## II. ДЕЙСТВИЕ ПО ЗАПРОСУ / УДАЛЕНИЕ КОНТЕНТА ПО ЗАПРОСУ

4. Процедуры действия по запросу или удаления контента по запросу широко распространены в мире благодаря Закону Соединенных Штатов об авторском праве в цифровую эпоху (DMCA) 1998 г. и Директиве Европейского союза (ЕС) об электронной коммерции 2000 г.<sup>4</sup>, заложившим фундамент для растущей международной гармонизации законодательства по этому вопросу.

5. Термин «удаление контента по запросу» прочно ассоциируется с DMCA, который представляет эффективную модель достижения равновесия интересов обладателей авторских прав, информационных посредников и пользователей интернета. Системы на основе DMCA широко распространены в мире: отчасти благодаря тому, что внедрение процедуры удаления контента по запросу является частью соглашения о свободной торговле с Соединенными Штатами Америки<sup>5</sup>, во многих странах такой правовой режим уже применяется или начнет применяться в скором времени.

6. Аналогичным образом до недавнего времени положения о посредничестве Директивы об электронной коммерции служили основой для нормативно-правовых режимов цифрового сектора в ЕС. В соответствии со статьями 12 и 15 Директивы об электронной коммерции, онлайн-сервисы не несут ответственность за хранение информации, выполняемое единственно с целью обеспечения эффективной передачи информации другим получателям услуг по их требованию, при условии, что поставщик не модифицирует информацию<sup>6</sup>. Однако государства – члены ЕС вскоре отойдут от преобладающего в мире подхода в связи с принятием ЕС неоднозначной Директивы об авторском праве.

7. Процедура действия по запросу или удаления контента по запросу представляет собой эффективный метод быстрого удаления с хостинга любого предположительно незаконного контента, содействуя при этом сотрудничеству между соответствующими заинтересованными сторонами. Так, в соответствии с DMCA сервисы обязаны незамедлительно инициировать удаление предположительно незаконного контента по официальному запросу правообладателя или его уполномоченного представителя. Данная система была закреплена Конгрессом Соединенных Штатов в разделе 512 Закона Соединенных Штатов об авторском праве, который наделяет поставщиков интернет-услуг определенными обязательствами, но при этом обеспечивает правовую определенность,

---

<sup>4</sup> Директива Европейского парламента и Совета ЕС 2000/31/ЕС «О некоторых правовых аспектах информационных услуг на внутреннем рынке, в частности, об электронной коммерции» (Директива об электронной коммерции) от 8 июня 2000 г., текст доступен по адресу: <http://data.europa.eu/eli/dir/2000/31/oj>.

<sup>5</sup> Начиная с соглашений о свободной торговле с Чили и Сингапуром, подписанных в 2003 г., каждое соглашение о свободной торговле Соединенных Штатов включает положения о защите информационных посредников.

<sup>6</sup> См. статьи 12-15 Директивы ЕС об электронной коммерции.

которая должна поощрить посредников «инвестировать необходимые средства для развития» интернета<sup>7</sup>.

8. Результаты экономического исследования показывают, насколько широко применяется DMCA, а также демонстрируют корреляцию «зон безопасности» с инвестициями и инновациями, а также взаимоотношениями между поставщиками интернет-услуг и правообладателями, которые иначе невозможно было бы поддерживать<sup>8</sup>.

### **III. DMCA-ПЛЮС: ДОБРОВОЛЬНЫЕ МЕРЫ В ДОПОЛНЕНИЕ К ПРОЦЕДУРЕ УДАЛЕНИЯ КОНТЕНТА ПО ЗАПРОСУ**

9. Благодаря существованию положений о защите посредников и правовой определенности в отношении онлайн-сервисов, многие сервисы инвестировали значительные средства в разработку систем, предоставляющих правообладателям инструментарий для охраны контента, в дополнение к процедуре удаления контента по запросу.

10. Такие системы могут включать, например, программы, определяющие «доверенных пользователей» и осуществляющие массовую рассылку запросов и ускоренное удаление контента для доверенных отправителей<sup>9</sup>. Также к дополнительным инструментам можно отнести «доступ к внутренним системам, позволяющий отправителям не просто отправлять запросы, но и напрямую удалять контент. Некоторые веб-сайты позволяют «доверенным» отправителям запросов удалять контент с хостинга напрямую, без формального запроса, указания произведения, авторские права на которое были нарушены, уведомления пользователей или проверки»<sup>10</sup>.

11. Системы, предоставляющие правообладателям расширенные услуги и инструментарий для охраны контента, также известны как системы DMCA-Плюс<sup>11</sup>, так как они выходят за рамки требований к компаниям для обеспечения им защиты в соответствии с разделом 512 DMCA. Среди таких систем – YouTube Content ID, Google

---

<sup>7</sup> Комитет по судоустройству Сената Соединенных Штатов Америки (11 мая 1998 г.), Report on the Digital Millennium Copyright Act of 1998, стр. 8, доступно по адресу: <https://www.congress.gov/105/crpt/srpt190/CRPT-105srpt190.pdf>.

<sup>8</sup> См., например, Booz & Company (2011 г.), The Impact of U.S. Internet Copyright Regulations on Early-Stage Investment: A Quantitative Study, доступно по адресу: <https://www.strategyand.pwc.com/media/uploads/Strategyand-Impact-US-Internet-Copyright-Regulations-Early-Stage-Investment.pdf>; Josh Lerner (2011 г.), The Impact of Copyright Policy Changes on Venture Capital Investment in Cloud Computing Companies, доступно по адресу: [http://www.analysisgroup.com/uploadedfiles/content/insights/publishing/lerner\\_fall2011\\_copyright\\_policy\\_vc\\_investments.pdf](http://www.analysisgroup.com/uploadedfiles/content/insights/publishing/lerner_fall2011_copyright_policy_vc_investments.pdf).

<sup>9</sup> См. Jennifer Urban, Joe Karaganis and Brianna Schofield (март 2017 г.), Notice and Takedown in Everyday Practice, University of California Berkeley Public Law Research Paper No. 2755628, доступно по адресу: <https://ssrn.com/abstract=2755628>. См. также How Google Fights Piracy, цит.соч., стр. 38 (в публикации указано, что Trusted Copyright Removal Program доступна для «обладателей авторских прав с подтвержденной историей достоверных запросов и постоянной необходимостью ежедневно представлять на рассмотрение тысячи веб-страниц»); Facebook (декабрь 2018 г.), Facebook & IP Protection, стр. 3, доступно по адресу: <https://fbnewsroomus.files.wordpress.com/2018/12/facebook-ip-protection.pdf> (в публикации указывается, что «если правообладатель принимает решение о блокировке всех видеороликов, подпадающих под определенные критерии, то он избавляется от необходимости представлять на рассмотрение дополнительные запросы в будущем, за исключением случаев оспаривания блокировки пользователем, при условии наличия у него соответствующих прав»).

<sup>10</sup> Там же

<sup>11</sup> Там же

Search Trusted Copyright Removal Program<sup>12</sup> и Facebook Rights Manager<sup>13</sup>. Что касается охраны товарных знаков, крупные поставщики услуг электронной торговли также добровольно предоставляют инструменты, позволяющие владельцам брендов охранять свои права. Такие инструменты включают программу eBay Verified Rights Owner<sup>14</sup>, Amazon Brand Registry<sup>15</sup> и Facebook Commerce and Ads IP Tool<sup>16</sup>.

12. Добровольное применение таких добавочных уровней охраны дополняет DMCA. Однако подобные инструменты обходятся дорого, разрабатываются индивидуально для каждого веб-сайта и зачастую выдают ложные сигналы о нарушении (т.е. ошибочно отмечают правомерно используемые материалы как незаконный контент).

13. К преимуществам систем DMCA-Плюс относятся скорость<sup>17</sup>, эффективность при больших объемах<sup>18</sup> и – при условии автоматизации – сокращение затрат для всех сторон (как минимум, для тех сервисов, которые могут позволить себе инвестиции в добровольные меры)<sup>19</sup>. Системы DMCA-Плюс не только помогают правообладателям защитить ПИС, но и потенциально могут принести доход. Так система YouTube Content ID принесла контент-индустрии миллиарды долларов, в том числе 6 млрд долл. США музыкальной индустрии<sup>20</sup>.

14. Однако к недостаткам систем DMCA-Плюс относится их стоимость. По состоянию на 2018 г. компания YouTube инвестировала более 100 млн долл. США в разработку Content ID<sup>21</sup>. Кроме того, автоматическое фильтрование контента не всегда отличается точностью и эффективностью. В частности, типовые технологии фильтрования обычно фокусируются на определенной категории работ, например аудиовизуальных произведениях, и не всегда могут предоставить адекватную защиту контента на веб-сайтах, дающих пользователям возможность создания произведений множества различных типов. Ложные сигналы о нарушении заслуживают отдельного внимания, т.к. необоснованное фильтрование или удаление контента может привести к подавлению свободы законного самовыражения.

15. Аналогичным образом системы DMCA-Плюс редко возможно перенести с одного веб-сайта на другой, каждый случай требует персональной разработки. Требуя обязательного внедрения таких систем, мы рискуем вывести малые предприятия с рынка и тем самым укрепить позиции крупных компаний. Цитируя юриста, специализирующегося в этой области, обязательное внедрение дополнительных фильтров «накладывает несправедливое бремя на небольшие компании»<sup>22</sup>.

---

<sup>12</sup> How Google Fights Piracy, цит. соч., стр. 38.

<sup>13</sup> Facebook & IP Protection, цит. соч., стр. 1-3.

<sup>14</sup> <https://pages.ebay.com/seller-center/listing-and-marketing/verified-rights-owner-program.html>.

<sup>15</sup> <https://brandservices.amazon.com/>.

<sup>16</sup> Facebook & IP Protection, цит. соч., стр. 3-4.

<sup>17</sup> How Google Fights Piracy, цит. соч., стр. 30; Facebook & IP Protection, цит. соч., стр. 2.

<sup>18</sup> How Google Fights Piracy, цит. соч., стр. 37; Facebook, Intellectual Property,

<https://transparency.facebook.com/intellectual-property>.

<sup>19</sup> Notice and Takedown in Everyday Practice, цит. соч., стр. 121.

<sup>20</sup> How Google Fights Piracy, цит. соч., стр. 21.

<sup>21</sup> Там же, стр. 27.

<sup>22</sup> Цитата Шона МакГилврея, Директора по вопросам права, надежности и безопасности компании Vimeo, на конференции «Ограничение и удаление контента в широких масштабах», состоявшейся 5 февраля 2019 г. и организованной Объединенной группой по цифровой повестке дня Европейского парламента и Лёвенского католического университета. Видео доступно по адресу: <https://alde.livecasts.eu/content-moderation-and-removal-at-scale> (цитата на 3:15:00: «Если бы такие ограничения были в силе, когда некоторые из нынешних крупных платформ еще находились в процессе роста, их бы здесь не было. Это слишком большие ограничения. (...) Если мы поставим гигантский фильтр и попытаемся не пропустить через него ничего, дело закончится, так и не начавшись; ничего просто не получится»).

16. В целом системы DMCA-Плюс эффективны при их добровольном и компетентном внедрении компаниями, обладающими соответствующими ресурсами. Системы фильтрации и автоматического распознавания контента обходятся дорого и не исключают ошибок, а широкое использование таких систем сервисами с ограниченными техническими возможностями и ресурсами для борьбы с проблемой ложных сигналов о нарушении может привести к нежелательным последствиям. Таким образом, небольшие предприятия, не достигшие пока масштабов YouTube и Facebook, вероятно, и далее будут отвечать на запросы об удалении контента вручную, сокращая временные затраты на ответные действия по мере своего расширения.

#### IV. ПРИМЕРЫ: GOOGLE, YOUTUBE И FACEBOOK

17. По данным Отчета о прозрачности Google, компания удалила из результатов поиска Google Search миллиарды ссылок по запросу об удалении<sup>23</sup>; начиная с 2010 г. компания стремится упростить процедуру удаления нарушающего авторские права контента из результатов поиска<sup>24</sup>. Также компания Google удалила миллионы ссылок с других своих площадок, таких как Google Play Store, Google Drive, Google Photos и Google Maps<sup>25</sup>. Компания стремится инвестировать собственные ресурсы для борьбы с неправомерными запросами, подаваемыми с целью подавления свободного и законного самовыражения, и не имеющими законной силы встречными запросами<sup>26</sup>.

18. Как было отмечено ранее, принадлежащий Google хостинг YouTube инвестировал более 100 млн долл. США в создание инструмента Content ID, развитие автоматизации и человеческий контроль<sup>27</sup>. Благодаря Content ID, доверенные правообладатели могут заявить о своих правах на контент прямо на платформе. Правообладатели могут либо удалить контент, либо заявить о своих правах на него, и в этом случае правообладатель получает часть дохода от рекламных объявлений, появляющихся рядом с контентом. Возможность использования рекламных объявлений выгодна для всех сторон, так как спорный контент пользователей остается в онлайн-доступе, а правообладатели получают от этого доход, что ранее было недостижимо.

19. На сегодняшний день 98 процентов вопросов, касающихся авторского права, решаются не через процедуру удаления контента по запросу, а через систему Content ID, а в 2017 г. 98 процентов заявок на Content ID генерировались автоматически, не требуя участия правообладателей<sup>28</sup>. Помимо нарушающего авторские права контента с YouTube были удалены миллионы видеороликов, нарушающих политику компании<sup>29</sup>.

20. Как было отмечено выше, компания Facebook создала такие инструменты, как Rights Manager и Commerce and Ads IP Tool, и предпринимает другие меры по предотвращению потенциальных нарушений прав. Rights Manager позволяет правообладателям находить совпадающие видеоролики на Facebook или в Instagram, в том числе в прямом эфире, и выбирать автоматические действия, будь то блокировка, заявление на права на прибыль, контроль совпадений или запрос на удаление, что сокращает необходимость подачи новых запросов; Commerce and Ads IP Tool предоставляет аналогичные возможности в отношении рекламы на Facebook. Всего благодаря этим инструментам с хостингов Facebook были удалены миллионы материалов, нарушающих права ИС<sup>30</sup>.

<sup>23</sup> <https://transparencyreport.google.com/copyright/overview>.

<sup>24</sup> How Google Fights Piracy, цит. соч., стр. 8.

<sup>25</sup> Там же., стр. 61-62.

<sup>26</sup> Там же., стр. 45, 31.

<sup>27</sup> Там же., стр. 27.

<sup>28</sup> Там же., стр. 24.

<sup>29</sup> <https://transparencyreport.google.com/youtube-policy/removals>.

<sup>30</sup> Facebook and IP Protection, цит. соч., стр. 1-3.

## V. ЗАКЛЮЧЕНИЕ

21. Интернет многосторонен и предлагает пользователям широкий выбор инструментов и платформ для общения и бесчисленное множество средств самовыражения. Такая многосторонность порождает крайнюю разнородность онлайн-пространства, где могут возникнуть правонарушения. Это побуждает большие и малые компании искать уникальные персонализированные решения для собственной среды. Крупные сервисы могут активно инвестировать средства в сложные высокоавтоматизированные системы, в то время как стартапы и малые и средние предприятия отвечают на запросы вручную. Однако все ответственные сервисы так или иначе включают охрану ИС в свои процедуры управления контентом и выбирают соответствующие стратегии исходя из собственных обстоятельств.

[Конец доклада]

## ДОСТИЖЕНИЯ КОМПАНИИ ALIBABA GROUP В ОБЛАСТИ ОХРАНЫ ИНТЕЛЛЕКТУАЛЬНОЙ СОБСТВЕННОСТИ

*Доклад подготовила г-жа Чжэнь Цзюньфан, старший сотрудник по оценке рисков, Alibaba Group, Ханчжоу, Китай\**

### АННОТАЦИЯ

С самого начала существования компании Alibaba Group (Alibaba) ее официально заявленная цель заключалась в содействии повсеместному созданию благоприятных условий для ведения бизнеса. Alibaba надеется, что продолжающаяся технологическая революция обеспечит полноценное и упорядоченное развитие коммерческой деятельности, что в свою очередь будет способствовать дальнейшей глобализации мира, в котором каждый сможет играть свою роль и иметь право на получение своей доли создаваемых благ. Однако технологические изменения создают не только возможности для инноваций и генерирования знаний, но и определенные проблемы в плане охраны интеллектуальной собственности (ОИС). Охрана интеллектуальной собственности – всеобщая задача, для решения которой необходимо глобальное сотрудничество. Являясь первопроходцем, способствующим внедрению и освоению новых методов розничной торговли, финансирования, производства, новых технологий и новых источников энергии, Alibaba играет важнейшую роль в решении проблем, связанных с интеллектуальной собственностью (ИС). Опыт компании Alibaba и предлагаемые ею технологические решения способствуют более глубокому пониманию задач управления ИС в новую цифровую эпоху.

### **I. НА ПРОТЯЖЕНИИ 18 ЛЕТ ПЛАТФОРМА ALIBABA ВНОСИТ ВЕСОМЫЙ ВКЛАД В УСИЛИЯ, ПРИЛАГАЕМЫЕ ОБЩЕСТВОМ К ОХРАНЕ ИНТЕЛЛЕКТУАЛЬНОЙ СОБСТВЕННОСТИ**

1. Со дня своего основания компания Alibaba Group (Alibaba) вносит важный вклад в охрану интеллектуальной собственности (ОИП), выполняя свои обязанности платформы электронной торговли и разрабатывая собственные правила управления интеллектуальной собственностью (ИС), основанные на правовых принципах, определяющих функционирование рыночной экономики. Для того чтобы обеспечить защиту 1,5 млрд продаваемых через интернет товаров от нарушений прав ИС, Alibaba сформировала специальную группу технических специалистов для выявления, идентификации и удаления контрафактных товаров и блокирования продавцов таких товаров в режиме реального времени в соответствии с устоявшимися правилами, в том числе регламентирующими порядок выявления контрафактных товаров и признания их таковыми, а также порядок назначения и применения штрафных санкций. Эта техническая группа в составе компании Alibaba принимает решения относительно изъятия из оборота контрафактных товаров на основе информации, получаемой от соответствующих правообладателей заблаговременно, с тем чтобы товары не изымались из торговли необоснованно.

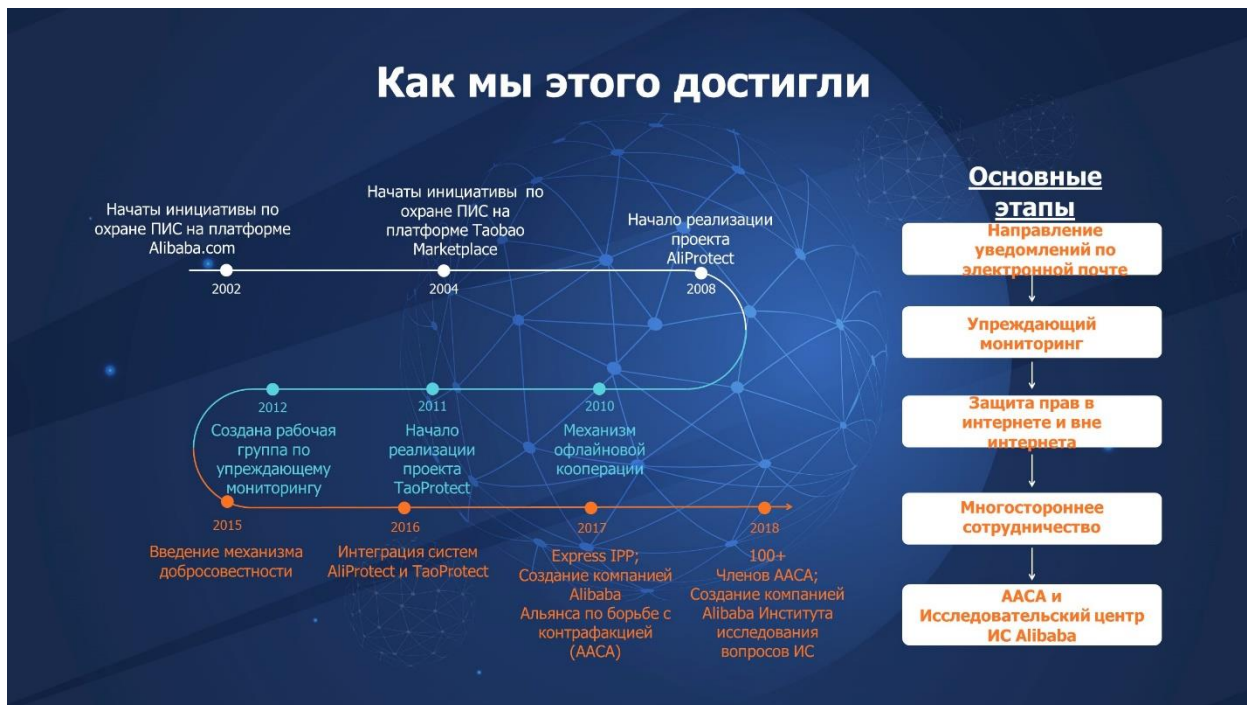
---

\* Мнения, выраженные в настоящем документе, принадлежат автору и могут не совпадать с мнениями Секретариата или государств-членов ВОИС.

2. В своих отчетах компания Alibaba сообщает о выявленных контрафактных товарах правоохранительным органам Китая и оказывает техническое содействие этим органам, помогая им расследовать дела о нарушении прав интеллектуальной собственности.
3. Около 150 000 владельцев брендов также имеют доступ к платформе Alibaba IPP по адресу [ipr.alibabagroup.com](http://ipr.alibabagroup.com), при помощи которой они могут обеспечить своевременное рассмотрение своих жалоб в отношении выставленных на продажу товаров или описаний товаров, предположительно нарушающих их права ИС.
4. Таким образом, как отмечено выше, Alibaba а) заранее проверяет предлагаемые для продажи товары, потенциально нарушающие права ИС, и б) рассматривает запросы правообладателей об удалении выставленных на продажу товаров, потенциально нарушающих права ИС.
5. Для решения задач ОИС в мире, который становится все более глобализированным, компанией Alibaba создан Институт исследования проблем интеллектуальной собственности. Роль этого института заключается в том, чтобы объединять усилия законодательных органов, судебных органов, органов регулирования, юристов и других специалистов в области ИС для воплощения результатов исследований в институциональные нормы и правила и содействовать более эффективному применению норм национального законодательства и международного права.
6. Согласно данным, полученным в результате реализации этой исследовательской инициативы, в 2018 г. 96% выставленных на продажу товаров, в отношении которых существовало подозрение в нарушении прав ИС, удалялись компанией Alibaba в упреждающем порядке сразу же после их размещения на платформе компании, так что ни один из этих товаров не был продан. Количество выставленных на продажу товаров, удаленных компанией Alibaba в связи с нарушением прав ИС, существенно сократилось – на 67% по сравнению с 2017 г. Данные также свидетельствуют о том, что 96% всех полученных от правообладателей жалоб о нарушении прав ИС были рассмотрены в течение 24 часов, а число таких жалоб сократилось на 32% по сравнению с 2017 г. Это стало возможным благодаря непрекращающейся активной работе компании Alibaba по выявлению и удалению объявлений, потенциально представляющих проблему. В частности, прилагаются усилия к выявлению подозрительного поведения продавцов и используются технические средства для тщательного анализа предположительно контрафактных товаров. Если подозрение в отношении продавца подтверждается, Alibaba применяет в отношении него санкции, предусмотренные правилами использования платформы, и помогает правоохранительным органам вести борьбу с продажей контрафактных товаров. Согласно жалобам потребителей в отношении контрафактной продукции, лишь 1,11 из 10 000 заказанных товаров были предположительно контрафактными, т.е. число таких товаров сократилось на 26% по сравнению с 2017 г.<sup>1</sup>

---

<sup>1</sup> См. Alibaba Group (May 2019), *2018 Intellectual Property Rights Protection Annual Report*, на следующей странице: [https://www.alizila.com/wp-content/uploads/2019/05/Final\\_Alibaba\\_2018\\_IPR\\_Report.pdf](https://www.alizila.com/wp-content/uploads/2019/05/Final_Alibaba_2018_IPR_Report.pdf).



## II. КОМПАНИЯ ALIBABA ТВЕРДО УБЕЖДЕНА В ТОМ, ЧТО ТЕХНОЛОГИЯ БУДЕТ ОТКРЫВАТЬ НОВЫЕ ВОЗМОЖНОСТИ ДЛЯ ОХРАНЫ ИНТЕЛЛЕКТУАЛЬНОЙ СОБСТВЕННОСТИ

7. Технология способна решать социальные задачи и потенциально может раз и навсегда решить широко распространенную проблему контрафакции. Alibaba имеет возможность незамедлительно блокировать любой сомнительный предмет продажи или интернет-магазин, используя новые технологии, в том числе модели распознавания контрафактной продукции, алгоритмы распознавания изображений, алгоритмы



семантического анализа, базы данных о товарах, системы перехвата в режиме реального времени, средства биометрической аутентификации, модели выборочного контроля, платформы сотрудничества между компаниями и государственными учреждениями, семантический анализ эмоциональной окраски сообщений, всесторонний мониторинг онлайн-продавцов и мониторинг прямых трансляций. Технические решения, применяемые компанией Alibaba в области ОИС, завоевывают все более широкое международное признание.

8. Кроме того, Alibaba прилагает все усилия к разработке новых механизмов ОИС с целью создания более благоприятных условий для деятельности малых и средних предприятий. В августе 2018 г. компания приступила к реализации программы охраны оригинальных образцов (Alibaba Original Design Protection)<sup>2</sup>. Целью этой программы, основанной на подходе, состоящем из пяти компонентов (хранение доказательств в электронном виде, выпуск продукта, подача заявки на регистрацию оригинального образца, рассмотрение жалоб и коммерциализация ИС), является охрана продукции, воплощающей в себе оригинальные образцы, впервые появившиеся на платформах электронной торговли компании Alibaba. При помощи алгоритмов распознавания изображений и «облачной» обработки данных программа Alibaba Original Design Protection не только эффективно защищает дизайнеров от несанкционированного копирования разрабатываемых ими образцов, но также позволяет им коммерциализировать свою ИС путем лицензирования. Программа также расширяет возможности для управления интернет-магазинами. По состоянию на конец 2018 г. программой воспользовались более 1 300 разработчиков оригинальных образцов, в том числе Национальный Императорский музей, Национальный музей Китая и OWSPACE, хранящие в электронном виде документы, подтверждающие собственность на более чем 2 000 оригинальных образцов. Также по состоянию на конец 2018 г. обеспечена охрана оригинальных образов товаров более чем 190 000 торговцев, использующих различные платформы электронной торговли компании Alibaba, и свыше 120 миллионов таких образов были сертифицированы. Есть основания надеяться на то, что все больше платформ будут использовать аналогичные технологические решения.

### **III. АЛИБАВА ПРИЗЫВАЕТ К ГЛОБАЛЬНОМУ СОТРУДНИЧЕСТВУ В УПРАВЛЕНИИ ИНТЕЛЛЕКТУАЛЬНОЙ СОБСТВЕННОСТЬЮ В ЭПОХУ ИНТЕРНЕТА**

9. Благодаря интернету удобство достигло беспрецедентного уровня в мире, который становится все более взаимосвязанным. Вместе с тем, благодаря интернету у транснациональных преступлений появляются новые характеристики: более точное «разделение труда», при котором члены преступных группировок специализируются на каждой из стадий производственно-сбытовой цепи (изготовление, реклама, продажа, логистика, послепродажное обслуживание, и т.п.). Деятельность преступных группировок стала также более децентрализованной, благодаря чему членам этих группировок легче уходить от ответственности, а выслеживать их все труднее и труднее. Поэтому необходимо активизировать международное сотрудничество в борьбе с этими преступлениями.

10. Компания Alibaba старается сочетать использование технологий, помогающих бороться с контрафакцией, с сотрудничеством вне интернета. Alibaba взаимодействует с правоохранительными органами страны и владельцами брендов, помогая обнаруживать контрафактные товары на своих платформах. В 2018 г. Alibaba участвовала в совместных операциях по борьбе с контрафакцией вне интернета вместе с органами общественной безопасности в 31 автономном регионе, провинции и муниципалитете, благодаря чему

---

<sup>2</sup> См. <https://yc.alibaba.com/#/> (только на китайском языке).

были раскрыты 1 634 преступления, связанные с контрафакцией. В результате этого сотрудничества были арестованы 1 953 подозреваемых и закрыты 1 542 объекта, производивших контрафактную продукцию. Общая стоимость товаров, конфискованных в ходе этих операций, составила приблизительно 7,9 млрд юаней. Кроме того, Alibaba стала первой китайской компанией, подавшей гражданский иск в качестве платформы электронной торговли против продавца контрафактной продукции. По состоянию на конец 2018 г. компанией было подано 83 таких иска.

11. Альянс по борьбе с контрафакцией (ААСА), основанный компанией Alibaba в 2017 г. в настоящее время объединяет 133 бренда из 16 стран и регионов. Из этого общего количества около 33% составляют бренды из европейских стран, 29% – из стран Северной и Южной Америки и 24% – из Китая. Эти бренды представляют 12 отраслей, включая производство средств личной гигиены, продуктов питания и напитков, технологический сектор и фармацевтическую промышленность. Alibaba не только помогает членам ААСА изымать из продажи контрафактные товары и не допускать их продажу, но также сотрудничает с ними, помогая отслеживать, где и как преступные группировки изготавливают и продают такие товары. Получив такую информацию, компания Alibaba сообщает об этом правоохранительным органам Китая и сотрудничает с ними, помогая расследовать преступления.

#### **IV. АЛИБАБА СТРЕМИТСЯ К ТОМУ, ЧТОБЫ СТАТЬ МЕЖДУНАРОДНЫМ ЭТАЛОНОМ В ДЕЛЕ ОХРАНЫ ИНТЕЛЛЕКТУАЛЬНОЙ СОБСТВЕННОСТИ**

12. На состоявшихся в 2019 г. Всекитайском собрании народных представителей и Китайской народной политической консультативной конференции, двух ежегодных пленарных заседаниях, на которых принимаются решения в отношении национальной политики, некоторые члены Политической консультативной конференции рекомендовали компании Alibaba рассмотреть возможность использования новых перспективных технологий, таких как интернет вещей и блокчейн, для дальнейшего повышения эффективности выявления контрафактной продукции. Третьего апреля 2019 г. на саммите по вопросам законодательства в области предметов роскоши, в котором участвовали руководители компаний, представляющих 300 всемирно признанных брендов, таких как Hermès, Chanel, Louis Vuitton и Tiffany, Альянс производителей предметов роскоши наградил руководителя подразделения компании Alibaba, отвечающего за глобальную защиту ИС, призом лучшему новатору в области ИС и технологии. Эта награда свидетельствует о том, что модель сотрудничества в области борьбы с контрафакцией при помощи современных технологий, разработанная компанией Alibaba и другими китайскими интернет-компаниями, получила широкое признание в качестве еще одного общемирового эталона, или «золотого стандарта», наряду с высокоскоростными железными дорогами и мобильными платежными системами.

13. Консультативный комитет ВОИС по защите прав служит главной платформой для обсуждения вопросов глобального сотрудничества в деле охраны прав ИС. Alibaba осознает значение целенаправленных усилий, прилагаемых к разработке правил в отношении ОИС и сотрудничеству в этой области, и намерена и впредь активно участвовать в этом процессе в интересах общества.

[Конец доклада]

## ИНИЦИАТИВЫ КОМПАНИИ AMAZON, НАПРАВЛЕННЫЕ НА ПРЕОДТВРАЩЕНИЕ КОНТРАФАКЦИИ

*Доклад подготовил г-н Кристофер Олдноу, руководитель отдела общественной политики, ИС, защиты клиентов и брендов, Amazon, Лондон, Соединенное Королевство\**

### АННОТАЦИЯ

Amazon прилагает усилия к тому, чтобы оставаться самой клиентоориентированной компанией в мире, предоставляющей торговые площадки, на которых покупатели могут находить и выбирать то, что им нужно, из максимально широкого ассортимента подлинных товаров. Поскольку компания ориентирована на нужды покупателей, ее сотрудники делают все возможное для того, чтобы завоевать и сохранить доверие покупателей, и продажа контрафактных товаров компанией строго запрещена. Для того чтобы сохранить доверие клиентов, Amazon инвестирует огромные ресурсы, при помощи инноваций постоянно совершенствуя методы выявления контрафактных товаров и предотвращения их продажи. В настоящем докладе компания описывает некоторые недавние примеры инноваций и сотрудничества, иллюстрирующие работу, направленную на охрану прав интеллектуальной собственности и укрепление доверия покупателей к интернет-магазинам Amazon. Благодаря действующим предупредительно-профилактическим системам более 99% всех просмотров страниц Amazon клиентами составляют страницы, по которым не было получено ни одного уведомления о потенциальном нарушении прав ИС.

### I. ВВЕДЕНИЕ

#### A. ПРИВЕРЖЕННОСТЬ ЦЕЛЯМ ЗАЩИТЫ ПОКУПАТЕЛЕЙ И БРЕНДОВ

1. Amazon прилагает усилия к тому, чтобы оставаться самой клиентоориентированной компанией в мире, предоставляющей торговые площадки, на которых покупатели могут находить и выбирать то, что им нужно, из максимально широкого ассортимента подлинных товаров. Являясь компанией, ориентированной на нужды покупателей, Amazon делает все возможное для того, чтобы завоевать и сохранить доверие покупателей, и продажа контрафактных товаров компанией строго запрещена. Для того чтобы сохранить доверие клиентов, Amazon инвестирует огромные ресурсы, при помощи инноваций постоянно совершенствуя методы выявления контрафактных товаров и предотвращения их продажи. Согласно результатам опроса Axios Harris Poll 100, последние три года Amazon признается покупателями компанией с самой высокой репутацией<sup>1</sup>.

---

\* Мнения, выраженные в настоящем документе, принадлежат автору и могут не совпадать с мнениями Секретариата или государств-членов ВОИС.

<sup>1</sup> См. <https://theharrispoll.com/axios-harrispoll-100/>.

## **В. ПОСЛЕДНИЕ ИННОВАЦИИ**

2. Компанией Amazon разработаны множество инновационных решений и налажено сотрудничество с множеством партнеров, что наглядно свидетельствует об усилиях, прилагаемых компанией к охране прав интеллектуальной собственности (ИС) и укреплению доверия покупателей к ее интернет-магазинам. Благодаря действующим предупредительно-профилактическим системам более 99% всех просмотров страниц Amazon клиентами составляют страницы, по которым не было получено ни одного уведомления о потенциальном нарушении прав ИС.

3. В последующих разделах подробно описаны три примера таких инноваций: Brand Registry, Transparency и Project Zero. В основе Brand Registry и Project Zero лежат автоматизированные средства защиты. Эти автоматизированные средства защиты, основанные на разработанной Amazon технологии машинного обучения, постоянно сканируют интернет-магазины компании и оперативно удаляют предположительно контрафактные товары. Владельцы брендов сообщают Amazon информацию о своих логотипах, товарных знаках и другие важнейшие данные о своих брендах, а Amazon ежедневно сканирует обновляемую информацию о более чем пяти миллиардах предлагаемых для продажи товаров, стараясь обнаружить среди них контрафактные товары. Эти автоматизированные средства защиты протестированы компанией применительно к целому ряду брендов, и они позволяют заранее предотвратить появление на платформе Amazon в среднем в 100 раз больше контрафактных товаров, чем изымается из продажи на основании информации, получаемой от владельцев брендов.

## **II. BRAND REGISTRY**

4. Сервис Brand Registry позволяет правообладателям использовать высокотехнологичные инструменты для охраны своих брендов. К числу этих инструментов относятся мощные функциональные возможности поиска по тексту и изображениям и основанные на технологиях машинного обучения автоматизированные средства защиты, прогнозирующие и предотвращающие нарушения прав ИС. Теперь владельцы брендов имеют больше возможностей контролировать страницы с информацией о своих товарах, тем самым обеспечивая точность этой информации, а покупатели могут с уверенностью покупать товары на платформе Amazon, располагая всей необходимой им информацией. На сегодняшний день в Brand Registry компанией зарегистрировано более 130 000 брендов со всего мира.

5. Компанией Amazon также сформирована глобальная группа экспертов для проведения расследований, работающая круглосуточно 7 дней в неделю и принимающая меры в ответ на уведомления о нарушении. Такие уведомления рассматриваются незамедлительно и самым тщательным образом.

6. Для того чтобы получить право пользоваться Brand Registry компании Amazon, владелец бренда должен иметь действующий зарегистрированный товарный знак в каждой из стран, в которых он хочет зарегистрировать свой бренд в Brand Registry. Этот товарный знак может представлять собой текст или изображение, содержащее слова, буквы или цифры. Отвечающие установленным требованиям товарные знаки могут классифицироваться по-разному, в зависимости от зарегистрировавших их ведомств по товарным знакам.

7. Amazon принимает для регистрации в Brand Registry товарные знаки, зарегистрированные соответствующими ведомствами Австралии, Бразилии, Канады,

Европейского союза, Франции, Германии, Индии, Италии, Японии, Мексики, Испании, Объединенных Арабских Эмиратов, Соединенного Королевства и Соединенных Штатов Америки.

8. В целях повышения эффективности автоматизированных средств защиты Amazon рекомендует правообладателям добавлять в свои аккаунты в Brand Registry все действующие зарегистрированные товарные знаки включенных в систему брендов.

9. Создав свой аккаунт в Amazon Brand Registry и зарегистрировав свой первый бренд, правообладатель может затем в любой момент зарегистрировать следующий бренд, нажав на «Enroll a new brand» (зарегистрировать новый бренд) на главной странице своего аккаунта. После этого правообладатель может добавить новый товарный знак к уже зарегистрированному бренду, войдя в свой аккаунт в системе и зайдя на страницу Support (помощь) сервиса Brand Registry. Для этого нужно просто нажать на «Add additional trademarks» (добавить новые товарные знаки) в разделе «Update your brand profile» (обновить профиль бренда) в меню в левой части страницы и следовать дальнейшим инструкциям.

10. После того как использующий систему правообладатель зарегистрировал бренд в Brand Registry и согласился с условиями пользования системой, он может отправить запрос на регистрацию дополнительных представителей этого бренда, в том числе агентов. Все пользователи должны иметь свои реквизиты доступа к системе, т.е. логин и пароль. Правообладатель может начать с добавления дополнительных представителей, подключившись к своему аккаунту и связавшись со службой поддержки системы Brand Registry.

11. Amazon не позволяет размещать информацию о товарах, нарушающих права ИС. Компания рекомендует правообладателям, обеспокоенным возможным нарушением своих прав ИС, направлять ей соответствующее уведомление, используя функцию «Report a Violation» (сообщить о нарушении) в Brand Registry. Правообладатель может в любой момент сообщить о других, не связанных с ИС нарушениях, в службу поддержки сервиса Brand Registry, нажав на «Report a violation», чтобы сообщить о проблемах, относящихся к категории «Not as described» (не соответствует описанию).

12. Правообладатель может сообщить о предполагаемом нарушении прав ИС, даже если у него нет аккаунта пользователя в Amazon Brand Registry. На веб-сайте Amazon размещена общедоступная форма, заполнив которую можно сообщить о предполагаемых нарушениях авторских прав, прав на товарные знаки и патентных прав<sup>2</sup>.

### III. TRANSPARENCY

13. В Соединенных Штатах Америки Amazon также использует общедоступный сервис Transparency для отслеживания отдельных товаров, помогающий владельцам брендов своевременно выявлять контрафактные товары и предотвращать их продажу потребителям<sup>3</sup>. Transparency позволяет владельцу бренда присваивать каждой производимой под брендом единице товара уникальный защищенный буквенно-цифровой код. После этого соответствующая информация используется для удостоверения подлинности товара. Amazon просматривает и сканирует эти коды в своих центрах обработки и исполнения заказов, чтобы убедиться в том, что покупателям доставляются только подлинные продукты. Кроме того, покупатель может пользоваться

<sup>2</sup> На сайте amazon.com эту форму можно найти на следующей странице: <https://www.amazon.com/report/infringement>.

<sup>3</sup> См. <https://brandservices.amazon.com/transparency>.

прикладными программами Amazon или Transparency в своем мобильном телефоне для подтверждения подлинности покупаемого товара, независимо от того, где он приобретается.

14. Transparency – это качественно новый сервис, позволяющий владельцам прав ИС защищать своих покупателей и бороться с контрафакцией. В системе Transparency зарегистрированы более 2 000 брендов (от компаний, входящих в список Fortune 500, до новых стартапов).

#### IV. PROJECT ZERO

15. Помимо описанных выше инструментов, компанией Amazon также разработана программа Project Zero, новая программа, позволяющая владельцам брендов участвовать в борьбе с контрафактными товарами. Project Zero сочетает в себе новейшую технологию компании Amazon, машинное обучение и инновации с высокой квалификацией и знаниями владельцев брендов в том, что касается их интеллектуальной собственности, и с оптимальными методами распознавания контрафакции среди производимых ими товаров при помощи трех эффективных инструментов (автоматизированных средств защиты, самостоятельного удаления контрафактных товаров и присвоения продуктам серийных номеров)<sup>4</sup>.

16. Раньше владельцы брендов должны были сообщать информацию о предположительно контрафактных товарах компании Amazon, которая проверяла эту информацию и предпринимала необходимые действия. Используя программу Project Zero, владельцы брендов могут удалять выставленный на продажу контрафактный товар самостоятельно, причем делать это легко и быстро, используя новый инструмент самообслуживания, при помощи которого они могут непосредственно контролировать и удалять из магазина предлагаемые для продажи товары. Соответствующая информация вносится в автоматизированные системы защиты Amazon во избежание повторного появления контрафактных товаров в электронной продаже.

17. Amazon наделяет владельцев брендов беспрецедентно высокой ответственностью, поскольку считает, что совместными усилиями Amazon и владельцы брендов способны свести контрафакцию к нулю. Для того чтобы продолжать пользоваться преимуществами системы Project Zero, владельцы брендов должны действовать максимально точно и безошибочно. К числу используемых процедур, обеспечивающих такую точность и достоверность информации, относятся инструктаж во время регистрации в системе Project Zero и непрерывный мониторинг, призванный исключить ненадлежащее использование инструментов. В практике компании Amazon были случаи, когда владельцы некоторых брендов использовали такой инструмент самообслуживания для удаления товаров, которые не были контрафактными. Во всех таких случаях Amazon старалась незамедлительно возвращать такие товары в продажу. В некоторых случаях это происходило действительно по недоразумению, из-за недостаточного понимания того, как работает этот инструмент, но были и такие случаи, когда владельцы брендов злоупотребляли своими привилегиями и лишались права участвовать в программе Project Zero. Бренды имеют возможность представить план действий по исправлению допущенных ошибок и подать заявку на восстановление доступа к Project Zero. У продавца есть право обжаловать удаление товара, если он считает, что была допущена ошибка.

---

<sup>4</sup> См. <https://brandservices.amazon.com/projectzero>.

18. В рамках системы Project Zero владельцы брендов также могут присваивать товарам серийные номера. Подлинность каждого из производимых под определенным брендом товаров, приобретаемых в интернет-магазинах Amazon, можно проверить, просканировав номер. Сервис сериализации товаров позволяет присваивать каждой единице производимой продукции уникальный код, который владелец бренда наносит на изделие в процессе его изготовления. Во всех случаях, когда товар, которому присвоен серийный номер, заказывается в интернет-магазине Amazon, товар сканируется для подтверждения его подлинности, поэтому любая контрафактная продукция может быть обнаружена и изъята из продажи, перед тем как она попала к покупателю.

19. Хотя владельцы брендов не обязаны присваивать своим товарам серийные номера, чтобы получить право пользоваться системой Project Zero, те, кто делает это, достигают наилучших результатов. Поэтому сериализация продукции является эффективным средством обнаружения контрафактных товаров и предотвращения их продажи покупателям. Владельцы брендов вправе самостоятельно принимать решения относительно присвоения тем или иным товарам серийных номеров, использования системы Project Zero, получения доступа к автоматизированным средствам защиты и использования инструмента для самостоятельного удаления контрафактных товаров. Те, кто решает использовать сервис сериализации товаров, платят за эту услугу от 0,01 до 0,05 долл. США за единицу продукции, в зависимости от объема.

20. Цель заключается в том, чтобы все, кто делает покупки на платформе Amazon, всегда получали подлинные товары. Project Zero основывается на всем, что наработано и инвестировано компанией Amazon в этой области деятельности. Эта система позволяет брендам сотрудничать с Amazon, объединять усилия, используя сильные стороны друг друга, и действовать оперативно и масштабно, стремясь свести контрафакцию к нулю. Положительные отзывы, которые компания получила и продолжает получать от владельцев брендов, использующих Project Zero, служат мощным стимулом.

## **VII. СОТРУДНИЧЕСТВО**

21. Amazon сотрудничает с правительствами и правоохранительными органами многих стран мира, стараясь привлечь к ответственности преступников, и непосредственно взаимодействует с владельцами брендов, помогая им подавать иски в отношении нарушителей.

22. Компания на регулярной основе сотрудничает с отраслевыми группами, в том числе с Альянсом в поддержку творчества и развлечений, Союзом производителей, Ассоциацией кинокомпаний, Советом по борьбе с контрафакцией в автомобильной промышленности и Международной коалицией по борьбе с контрафакцией.

23. Компанией Amazon подписан Меморандум о взаимопонимании с Международной коалицией по борьбе с контрафакцией, отраслевой организацией, содействующей налаживанию связей между отраслями в целях охраны прав ИС. Компания продолжает сотрудничать с участвующими брендами, выявляя потенциальные нарушения и привлекая внимание правоохранительных органов к нарушителям. В результате такого сотрудничества была начата реализация программы, цели которой – оценить возможности для дальнейшего улучшения ситуации и повысить осведомленность владельцев брендов о применяемых компанией Amazon процедурах удаления контента по запросу.

24. Amazon придерживается глобального подхода к решению этих задач. Например, в Европе она присоединилась к целому ряду мировых брендов потребительских товаров,

подписав Меморандум о взаимопонимании (MoV) о продаже контрафактных товаров через интернет в целях обмена информацией, помогающей защитить потребителей от контрафактной продукции. Согласно результатам мониторинга реализации этого MoV, проводимого Европейской комиссией, 95,5% контрафактных товаров были изъяты из продажи благодаря совместным оперативным действиям подписавших его сторон, причем особая заслуга в этом принадлежит компании Amazon.

[Конец доклада]



## ОХРАНА ИНТЕЛЛЕКТУАЛЬНОЙ СОБСТВЕННОСТИ НА ПЛАТФОРМАХ FACEBOOK И INSTAGRAM

*Доклад подготовили г-н Марк Фиоре, директор и заместитель главного юрисконсульта, Отдел интеллектуальной собственности, Facebook, Менло-Парк, Калифорния, и г-н Пробир Мехта, начальник Отдела интеллектуальной собственности и торговой политики, Facebook, Вашингтон, Федеральный округ Колумбия, Соединенные Штаты Америки\**

### АННОТАЦИЯ

Люди пользуются множеством приложений и сервисов Facebook для того, чтобы поддерживать связь с друзьями и родными, узнавать о том, что происходит в мире, и делиться друг с другом информацией и мнениями о том, что имеет для них значение. Facebook хочет, чтобы люди делали это, будучи уверенными в том, что контент, с которым они имеют дело, не нарушает права интеллектуальной собственности (ИС). Для борьбы с нарушениями авторских прав и прав на товарные знаки, а также с контрафакцией компанией Facebook принимается множество мер, помогающих правообладателям обеспечить охрану своей ИС. Среди таких мер глобальная программа удаления контента по запросу и комплексные правила в отношении неоднократных нарушений. Кроме того, Facebook созданы высокотехнологичные инструменты, такие как Rights Manager и Commerce & Ads IP Tool, и реализуются инициативы, направленные на предотвращение нарушений. Инструменты Facebook разрабатываются и используются в тесном сотрудничестве с правообладателями, с учетом их меняющихся потребностей и изменения ситуации на рынке, однако таким образом, чтобы при этом не ограничивалась свобода выражения мнений пользователями. Меры по охране ИС принимаются компанией в тесном взаимодействии с правообладателями в рамках партнерских отношений, поскольку Facebook и Instagram остаются важнейшими платформами, стимулирующими творчество и культуру в онлайн-среде.

### I. СООБЩЕНИЕ ИНФОРМАЦИИ О НАРУШЕНИЯХ ПРАВ ИС В FACEBOOK И INSTAGRAM

1. В основе применяемых компанией Facebook механизмов охраны интеллектуальной собственности (ИС) лежат Условия обслуживания<sup>1</sup> и Стандарты сообщества<sup>2</sup>, запрещающие пользователям размещать контент, нарушающий права ИС третьих сторон. Так, в соответствии с Условиями обслуживания пользователи соглашаются «не использовать наши продукты и не делиться чем-либо..., что может нарушить или нарушает чьи-либо права». Эти принципы излагаются более подробно в Стандартах сообщества, в которых описано то, что разрешено и что запрещено делать, используя

---

\* Мнения, выраженные в настоящем документе, принадлежат авторам и могут не совпадать с мнениями Секретариата или государств-членов ВОИС.

<sup>1</sup> Условия обслуживания Facebook см. на следующей странице: <https://www.facebook.com/terms> (по состоянию на 27 июня 2019 г.).

<sup>2</sup> Стандарты сообщества Facebook см. на следующей странице: <https://www.facebook.com/communitystandards/> (по состоянию на 27 июня 2019 г.).

Facebook. Аналогичные правила установлены Instagram в Условиях использования<sup>3</sup> и Правилах сообщества<sup>4</sup>. Кроме того, компанией Facebook установлены также дополнительные правила, в том числе Правила в отношении рекламы<sup>5</sup> и Правила коммерческой деятельности<sup>6</sup>. Все эти правила и условия также подробно изложены на посвященных ИС страницах справочных центров Facebook<sup>7</sup> и Instagram<sup>8</sup>, ознакомившись с которыми пользователи могут получить более подробную информацию о правилах и процедурах Facebook.

2. Стараясь обеспечивать оперативное и тщательное рассмотрение сообщений о нарушении прав ИС, Facebook предоставила в распоряжение правообладателей специальные каналы, по которым они могут сообщать о контенте, который, по их мнению, нарушает их права, в том числе передавая такую информацию при помощи заполняемых онлайн-форм на платформах Facebook<sup>9</sup> и Instagram<sup>10</sup>. У Facebook есть специальные формы для передачи информации по вопросам, касающимся авторского права, товарных знаков и контрафакции, и правообладатели могут сообщать о различных видах контента, обнаруженного ими на сервисах компании. Это могут быть самые разные виды контента – от индивидуальных сообщений, фотографий, видео или рекламы до полных профилей, аккаунтов, страниц, групповых чатов или информации о мероприятиях, – которые, как считают правообладатели, так или иначе нарушают их права.

3. Каждое такое сообщение, получаемое от правообладателя, обрабатывается Операционной группой Facebook по вопросам ИС, которая представляет собой глобальную группу специалистов, круглосуточно обслуживающих клиентов на многих языках. Если полученная информация является полной и достоверной, группа незамедлительно, обычно максимум в течение дня, а во многих случаях в считанные часы или даже минуты, удаляет нарушающий права контент и сообщает об этом сообщившему об этом контенте правообладателю. Если какая-то необходимая информация отсутствует или если группе необходимо что-то уточнить, может быть запрошена дополнительная информация, и в таких ситуациях правообладатель может связаться с группой напрямую по электронной почте. Facebook считает, что такая неавтоматизированная обработка информации важна для того, чтобы контент удалялся только на основании полных и достоверных сведений и чтобы обеспечивалась защита законных прав пользователей на свободу слова.

4. Помимо удаления контента, в отношении которого поступили жалобы, Facebook при необходимости блокирует аккаунты пользователей, повторно совершивших нарушение. Это правило в отношении неоднократных нарушений применяется компанией в случаях нарушения прав ИС, совершенных с использованием профилей в Facebook и аккаунтов в Instagram, в том числе в случаях нарушения авторских прав, прав на товарные знаки и контрафакции. Компания также принимает меры в отношении других источников

---

<sup>3</sup> Условия использования Instagram см. на следующей странице:  
<https://help.instagram.com/478745558852511> (по состоянию на 27 июня 2019 г.).

<sup>4</sup> Правила сообщества Instagram см. на следующей странице:  
<https://help.instagram.com/477434105621119> (по состоянию на 27 июня 2019 г.).

<sup>5</sup> Правила в отношении рекламы Facebook см. на следующей странице:  
<https://www.facebook.com/policies/ads/> (по состоянию на 27 июня 2019 г.).

<sup>6</sup> Правила коммерческой деятельности Facebook см. на следующей странице:  
<https://www.facebook.com/policies/commerce> (по состоянию на 27 июня 2019 г.).

<sup>7</sup> Более подробную информацию о Справочном центре Facebook см. на следующей странице:  
[https://www.facebook.com/help/intellectual\\_property](https://www.facebook.com/help/intellectual_property) (по состоянию на 27 июня 2019 г.).

<sup>8</sup> Более подробную информацию о Справочном центре Instagram см. на следующей странице:  
<https://help.instagram.com/535503073130320> (по состоянию на 27 июня 2019 г.).

<sup>9</sup> Более подробную информацию о формах для сообщений в Facebook см. на следующей странице:  
[https://www.facebook.com/help/contact/634636770043106?helpref=faq\\_content](https://www.facebook.com/help/contact/634636770043106?helpref=faq_content) (по состоянию на 27 июня 2019 г.).

<sup>10</sup> Более подробную информацию о формах для сообщений в Instagram см. на следующей странице:  
<https://help.instagram.com/contact/372592039493026> (по состоянию на 27 июня 2019 г.).

контента, неоднократно и грубо нарушающих права, например, на страницах Facebook или в групповых рассылках или чатах, при помощи видеоматериалов и т.п. Пользователь, неоднократно нарушивший правила, или злостный нарушитель может быть либо полностью лишен доступа к системе, либо в отношении него могут быть применены другие ограничения, такие как запрет на размещение контента в течение определенного времени.

## II. НЕ ОГРАНИЧИВАЯСЬ УДАЛЕНИЕМ КОНТЕНТА ПО ЗАПРОСУ

5. Facebook продолжает инвестировать средства в разработку дополнительных функций, которые помогают правообладателям выявлять контент, потенциально нарушающий их права, и сообщать об этом, а в некоторых случаях полностью избавляют их от необходимости сообщать о таком контенте. Многие из этих продуктов, такие как Rights Manager<sup>11</sup> и Commerce & Ads IP Tool<sup>12</sup>, разработаны с учетом мнений и пожеланий правообладателей, и благодаря такому взаимодействию на протяжении многих лет правила и процедуры Facebook неоднократно совершенствовались. Действительно, отношения между компанией и правообладателями – это то, на чем основывается подход Facebook к борьбе с нарушениями прав ИС, поскольку компания придает особое значение прямому взаимодействию с ними и другими заинтересованными сторонами, помогающими компании разрабатывать и принимать меры по защите прав ИС.

6. Rights Manager – это инструмент для сопоставления видеоматериалов, публикуемых на Facebook и Instagram, в том числе тех, которые совпадают с защищенным авторскими правами контентом правообладателей. Участвующий правообладатель может загрузить в эту программу исходные файлы для сравнения и, когда обнаружено совпадение, решить, какие действия следует предпринять в отношении опубликованного видеоконтента. Одним из таких действий может быть блокировка видео, с тем чтобы оно не было доступно для просмотра никому, кроме того, кто его загрузил. Если правообладатель решает заблокировать все видеоматериалы, соответствующие определенным критериям, тогда это избавляет его от необходимости сообщать дополнительную информацию, в то время как пользователь может оспорить решение о блокировке, если у него есть необходимые права. Есть также другие варианты, например, правообладатель может претендовать на доходы от рекламы (в этом случае он разрешает не удалять видео при условии получения своей доли доходов от рекламы), осуществлять мониторинг видеоматериала (отслеживать показатели, такие как количество просмотров), либо потребовать удалить видеоматериал на том основании, что он нарушает права ИС. Отдельно от этого, Facebook также использует сторонний сервис Audible Magic, автоматизированный сервис для распознавания контента, сигнализирующий о загруженных видеофайлах и не допускающий их просмотр другими пользователями, если установлено, что звуковая часть загруженного файла совпадает с защищенным авторскими правами контентом, о котором сообщил правообладатель, например, с музыкальными файлами, телепрограммами или фильмами.

7. Еще одной программой, используемой Facebook, является Commerce & Ads IP Tool, при помощи которого правообладатель может легко обнаружить нарушающий его авторские права рекламный материал, размещенный на платформе Facebook Marketplace, и потребовать принятия мер в отношении такой рекламы. Этот инструмент позволяет правообладателю осуществлять поиск по таким видам контента для обнаружения слова, являющегося частью зарегистрированного им товарного знака, а

---

<sup>11</sup> Более подробную информацию о Rights Manager см. на следующей странице: <https://rightsmanager.fb.com/> (по состоянию на 27 июня 2019 г.).

<sup>12</sup> Более подробную информацию о Commerce & Ads IP Tool см. на следующей странице: <https://www.facebook.com/help/835772913244854> (по состоянию на 27 июня 2019 г.).

результаты поиска появляются на удобной для использования панели, и правообладатель получает возможность сообщить информацию о любом контенте, который, по его мнению, нарушает его права. Правообладатель также может сохранить свою контактную информацию и информацию о зарегистрированном товарном знаке, что позволяет передавать всю информацию быстрее и эффективнее. Хотя этот инструмент предназначен в основном для борьбы с контрафакцией, он также позволяет выявлять нарушения авторских прав и прав на товарные знаки и принимать необходимые меры.

8. Facebook также продолжает активно сотрудничать с правообладателями в целях дальнейшего повышения эффективности мер по защите прав ИС, особенно упреждающих мер, предотвращающих такие нарушения. В то время как эта деятельность, основанная на искусственном интеллекте, машинном обучении и других современных технологиях, продолжает развиваться быстрыми темпами, компанией Facebook также предпринят ряд важных шагов, и в будущем ожидается дальнейший прогресс в этом направлении.

9. Что касается упреждающих мер, то Facebook просматривает рекламные материалы и сообщения перед их публикацией на своем сайте Marketplace, используя технологии, распознающие и регистрирующие определенные сигналы, такие как торговая марка, логотип, ключевое слово, цена, скидка или другие подозрительные показатели, для выявления и предотвращения публикации контента, предположительно рекламирующего контрафактные товары. Выявленные при помощи таких сигналов рекламные объявления и другие публикуемые на Marketplace сообщения полностью блокируются или удаляются с сервисов Facebook. Кроме того, компания принимает аналогичные меры в отношении сообщений и хэштегов в Instagram – опять-таки, для предотвращения возможных нарушений прав ИС.

10. Что касается защиты авторских прав, то помимо других инициатив Facebook разработаны и принимаются упреждающие меры в отношении страниц и групп, которые, судя по всему, используются для нарушения авторского права. Кроме того, действуют правила, запрещающие предложение контента или рекламу телеприставок, предназначенных для нарушения авторских прав, а контент, нарушающий эти правила, или защищенный правами ИС контент правообладателя, о котором правообладатель сообщил Facebook, оперативно удаляется.

11. И наконец, Facebook установлено, что контент, предположительно нарушающий права ИС, может также нарушать другие правила компании, такие как правила в отношении нежелательных сообщений (спама), фиктивных профилей, взлома аккаунтов или злонамеренных действий. Когда возникают такие проблемы, принимаются целенаправленные меры с привлечением сотрудников, специализирующихся на борьбе с такого рода нарушениями, с целью оперативного удаления нарушающего права контента.

### **III. ПОВЫШЕНИЕ ОСВЕДОМЛЕННОСТИ ПОЛЬЗОВАТЕЛЕЙ FACEBOOK И INSTAGRAM ОТНОСИТЕЛЬНО ИНТЕЛЛЕКТУАЛЬНОЙ СОБСТВЕННОСТИ**

12. Facebook продолжает прилагать усилия к тому, чтобы пользователи платформы больше узнавали об ИС, и помогает им избегать нарушений прав ИС. В этой связи компанией разработана эффективная система уведомления заинтересованных пользователей об удалении контента на основании полученного от правообладателя сообщения о нарушении прав ИС. Когда контент удаляется, зарегистрированному пользователю направляется соответствующее уведомление, содержащее информацию о жалобе и о подавшей ее стороне. Пользователям также объясняется, как связаться с подавшей жалобу стороной, если они желают урегулировать вопрос, а в

предусмотренных случаях им также сообщают о том, как оспорить решение об удалении контента. Пользователей также знакомят с правилами Facebook в отношении неоднократных нарушений и предупреждают, что если они будут продолжать публиковать нарушающий права контент, в отношении них последуют дальнейшие действия, вплоть до полной блокировки аккаунта.

13. Кроме того, на посвященных ИС страницах справочных центров Facebook и Instagram публикуется информация об авторском праве, товарных знаках и других аспектах законодательства в области ИС. Facebook периодически обновляет эти информационные ресурсы, с тем чтобы они были еще более полезными для пользователей, добавляя информацию, отвечающую на часто задаваемые вопросы на различные темы (например, «Как убедиться в том, контент, публикуемый мною в Facebook, не нарушает закон об авторском праве?»)<sup>13</sup>. И наконец, на своей странице Transparency Facebook раз в полгода публикует отчет о мерах по обеспечению прозрачности, содержащий информацию о правилах и процедурах компании, а также данные о запросах и жалобах, полученных от правообладателей, и о контенте, в отношении которого были приняты меры в ответ на эти запросы и жалобы<sup>14</sup>.

#### IV. ПАРТНЕРСКИЕ ОТНОШЕНИЯ С ПРАВООБЛАДАТЕЛЯМИ

14. Меры по охране прав ИС принимаются компанией Facebook во взаимодействии с правообладателями, в рамках партнерских отношений с ними. Компания старается стимулировать творчество и способствовать развитию онлайн-культуры, руководствуясь тем, что Facebook и Instagram наделяют создателей контента любых видов более широкими возможностями. Стараясь создавать благоприятные условия для развития такого творчества, Facebook сформировала специальную рабочую группу по вопросам глобальных партнерских отношений, которой поручено сотрудничать с издателями, творческими работниками и другими пользователями и помогать им получать максимальную пользу от оказываемых Facebook и Instagram услуг, выходя на новые аудитории, напрямую взаимодействуя со своими поклонниками и распространять информацию о себе и своей работе по всему миру.

15. В результате сотрудничества со многими из этих партнеров были разработаны новые функциональные инструменты. Так, действуя совместно с новостными агентствами, Facebook протестировала новые методы монетизации и механизмы финансирования услуг по подписке<sup>15</sup>. Компания также помогает общественным СМИ осваивать новые источники дохода за пределами внутренних рынков своих стран<sup>16</sup> и содействует тому, чтобы новые, изначально цифровые медиа-компании становились востребованными, заслуживали признание и росли<sup>17</sup>.

---

<sup>13</sup> Более подробную информацию см. на следующей странице: <https://www.facebook.com/help/308895412492789> (по состоянию на 27 июня 2019 г.).

<sup>14</sup> Отчет Facebook о прозрачности см. на следующей странице: <https://transparency.facebook.com/intellectual-property> (по состоянию на 27 июня 2019 г.).

<sup>15</sup> Более подробную информацию см. на следующей странице: <https://facebookjournalismproject.com/article/investing-in-news-subscriptions/> (по состоянию на 27 июня 2019 г.).

<sup>16</sup> Более подробную информацию см. на следующей странице: <https://instantarticles.fb.com/case-studies/france-medias-monde-building-new-audiences-through-instant-articles/> (по состоянию на 27 июня 2019 г.).

<sup>17</sup> Более подробную информацию см. на следующей странице: <https://www.facebook.com/facebookmedia/blog/brut-shares-how-they-went-from-0-to-80-million-monthly-video-views-in-just-six-months> (по состоянию на 27 июня 2019 г.).

16. Facebook также уделяет особое внимание поддержке начинающих авторов<sup>18</sup> и тесно сотрудничает с ними, помогая им понять, что необходимо для того, чтобы добиться успеха используя Facebook и Instagram. Компания, в частности, помогает им налаживать связи друг с другом, получать известность и строить свой бизнес на этих платформах.

17. Facebook также налаживает партнерские отношения и заключает соглашения о сотрудничестве с представителями музыкальной индустрии, открывая новые связанные с музыкой возможности для пользователей, авторов и исполнителей в Facebook и Instagram<sup>19</sup>. Действительно, использование Facebook во многих отношениях помогает музыкантам заявлять о себе, становиться более известными и общаться со своими поклонниками<sup>20</sup>. Одним из примеров работы Facebook в этом направлении является крупномасштабная международная программа лицензирования, которая охватывает множество рынков музыкальной продукции, включая Австралию, Бразилию, Францию, Германию, Индию, Таиланд, Соединенное Королевство и Соединенные Штаты Америки, и масштабы которой продолжают расти.

## V. ПЛАНЫ НА БУДУЩЕЕ

18. Facebook намерена и впредь способствовать охране ИС правообладателей на своих платформах и сотрудничать с ними, предоставляя им максимально широкие возможности для распространения своего контента через Facebook и Instagram. Деятельность компании в этом направлении постоянно совершенствуется и основывается на тесном сотрудничестве с правообладателями и со всеми, кто заинтересован в использовании и охране ИС в онлайн-среде. Facebook возлагает большие надежды на продолжающееся сотрудничество со всеми членами интернет-сообщества, с тем чтобы прилагаемые компанией усилия оставались эффективными и продолжали приносить обществу максимальную пользу.

[Конец доклада]

---

<sup>18</sup> Более подробную информацию см. на следующей странице: <https://newsroom.fb.com/news/2018/03/testing-new-tools-and-experiences-for-creators/> (по состоянию на 27 июня 2019 г.).

<sup>19</sup> Более подробную информацию см. на следующей странице: <https://www.facebook.com/facebookmedia/blog/building-community-together-with-music> (по состоянию на 27 июня 2019 г.).

<sup>20</sup> Более подробную информацию см. на следующей странице: <https://www.facebook.com/facebookmedia/blog/tips-for-musicians-and-bands-us> (по состоянию на 27 июня 2019 г.).

## ОХРАНА АВТОРСКОГО ПРАВА В ПОИСКОВОЙ СИСТЕМЕ GOOGLE

*Доклад подготовил руководитель Отдела по вопросам авторского права компании Google (Париж, Франция) г-н Седрик Манара \**

### АННОТАЦИЯ

Компания Google играет ключевую роль в росте и успехе фирм, работающих в творческих отраслях, при помощи создания платформ, которые дают пользователям возможность на законных основаниях приобретать, потреблять и открывать для себя культурно-развлекательный контент, не нарушая при этом авторского права на творческие произведения, а также реализации постоянных усилий по разработке решений, предназначенных для борьбы с пиратством в Интернете. Центральное место в настоящем докладе занимает поисковая система Google; кроме того, в нем рассказывается о различных разработках компании Google, включая оптимизированные процедуры подачи запросов правообладателями, механизмы удаления из поисковой выдачи материалов, нарушающих авторское право, с участием аккредитованных партнеров, а также использование факта получения нескольких обоснованных запросов об удалении материалов, нарушающих авторское право, в качестве основания для снижения рейтингов сайтов-нарушителей в поисковой выдаче. Помимо этого, в нем содержится информация о влиянии указанных выше механизмов на посещаемость сайтов-нарушителей, а также подробные сведения об усилиях компании Google по предотвращению попыток ненадлежащего использования ее разработок, относящихся к удалению материалов, нарушающих авторское право.

### I. ВВЕДЕНИЕ

1. Интернет представляет собой мощную движущую силу творчества и развития творческих отраслей. Благодаря ему люди всего мира получили в свое распоряжение как никогда эффективные инструменты для общения, а также для создания и распространения новых произведений искусства. Компания Google, как и прежде, является одним из ключевых элементов этого роста и успеха, создавая возможности для законного распространения всех видов контента и предпринимая беспрецедентно широкие усилия по борьбе с пиратством.

2. Наиболее результативным средством борьбы с пиратством является создание максимально разнообразных и привлекательных законных альтернатив нарушениям прав на контент. Разработка решений, направленных на борьбу с пиратством в Интернете, по-прежнему является вопросом, над которым работают все заинтересованные стороны, и серьезной проблемой с точки зрения компании Google. Компания Google инвестирует значительные средства в создание таких передовых решений в сфере распоряжения и управления объектами авторско-правовой охраны, как система Content ID и механизм снижения рейтингов сайтов-нарушителей в поисковой выдаче. Кроме того, в сотрудничестве с другими лидерами отрасли она разрабатывает стандартный протокол действий информационно-технологических компаний по борьбе с пиратством. В настоящем докладе основное внимание будет уделено поисковой системе Google.

---

\* Мнения, выраженные в настоящем документе, принадлежат автору и могут не совпадать с мнениями Секретариата или государств – членом ВОИС.

3. Параллельно с этим компания Google создает платформы, позволяющие пользователям на законных основаниях приобретать, потреблять и открывать для себя культурно-развлекательный контент. В дополнение к функциональным возможностям поисковой системы Google такие платформы, как YouTube и Google Play, облегчили пользователям выполнение задач, связанных с поиском лицензированных копий интересующих их музыкальных композиций, видеопродукции, книг и других художественных произведений. Кроме того, эти платформы помогли миллионам авторов во всем мире найти свой путь к глобальной аудитории пользователей и превратить свои произведения в источник дохода. Компания Google также является первопроходцем в разработке новаторских подходов к монетизации Интернет-контента. Создание удобных возможностей для законного приобретения музыки, видеопродукции и других видов контента является одним из наиболее эффективных способов борьбы с нарушениями авторского права. Музыкальной индустрии удалось продемонстрировать эффективность такого подхода при помощи механизмов лицензирования различных услуг для любителей музыки, включая бесплатные порталы для передачи потокового видео, финансируемые при помощи рекламы (такие, как YouTube Music, Spotify Free и Pandora), а также платные сервисы предоставления видеопродукции по запросу подписчиков (такие, как YouTube Music Premium и Spotify Premium). Такой подход обеспечивает максимальную широту и многообразие охвата любителей музыки предлагаемыми услугами во всех ценовых категориях.

4. Последствия этих лицензионных сервисов для Интернет-пиратства очевидны. Так, например, успех сервиса Spotify в Швеции, Австралии и Нидерландах позволил значительно снизить распространенность пиратства в этих странах, тем самым подтвердив, что расширение возможностей для законного приобретения потоковой видеопродукции приводит к падению уровня пиратства<sup>1</sup>. В докладе Амстердамского университета за 2018 г. было показано, что параллельно росту расходов европейских потребителей на законное приобретение контента в 2014 – 2017 гг. в Европе происходило снижение числа случаев пиратства<sup>2</sup>.

## II. БОРЬБА С ПИРАТСТВОМ В ПОИСКОВОЙ СИСТЕМЕ GOOGLE

5. Поисковая система Google ежегодно обрабатывает триллионы поисковых запросов, поступающих от пользователей со всего мира. Благодаря этой поисковой системе более миллиарда пользователей во всем мире получают возможность доступа к лицензированной видеопродукции, музыке, графическим изображениям и другим видам контента. Такие разработки, как система подписки Subscribe with Google, позволяет

---

<sup>1</sup> The Copia Institute (October 8, 2015), *The Carrot or the Stick?*, available at: <https://copia.is/library/the-carrot-or-the-stick/> (last visited on June 25, 2019); Mediavision (2011), *Musiksverige – Fildelning & nedladdning*, available at: <https://www.scribd.com/document/66658516/Musiksverige-Svenskarnas-Internet-Van-Or-Q2-20111> (last visited on June 25, 2019); Spotify (July 17, 2013), *New Spotify Study Sees Encouraging Downwards Trend in Music Piracy in the Netherlands*, available at: <https://newsroom.spotify.com/us/2013/07/17/adventures-in-netherlands/> (last visited on June 25, 2019); Billboard (September 10, 2014), *Streaming Services Make Inroads into Piracy Down Under, Spotify's Will Page Tells Bigsound*, available at: <https://www.billboard.com/biz/articles/news/6244180/streaming-services-make-inroads-into-piracy-down-under-spotifys-will-page> (last visited June 25, 2019); TorrentFreak (October 28, 2015), *Spotify Helps to Beat Music Piracy, European Commission Finds*, available at: <https://torrentfreak.com/spotify-helps-to-beat-music-piracy-european-commission-finds-151028/> (last visited June 25, 2019).

<sup>2</sup> University of Amsterdam Institute for Information Law (July 2018), *Global Online Piracy Study*, available at: <https://www.uva.nl/en/content/news/press-releases/2018/07/number-of-internet-pirates-in-europe-decreases-legal-media-consumption-rising.html?origin=zvuyIF7VQlmbnXJokCBg7g> (last visited June 25, 2019).



сайтам, предлагающим подобную продукцию, предложить этим пользователям возможность для быстрого оформления подписки на интересующий их контент<sup>3</sup>.

**A. В ПОДАВЛЯЮЩЕМ БОЛЬШИНСТВЕ СЛУЧАЕВ ССЫЛКИ НА САЙТЫ-НАРУШИТЕЛИ НЕ ПОЯВЛЯЮТСЯ В ПОИСКОВОЙ ВЫДАЧЕ НА КЛЮЧЕВЫЕ СЛОВА, СВЯЗАННЫЕ С КОНТЕНТОМ**

6. Поисковый индекс охватывает сотни миллиардов различных веб-страниц, причем лишь очень незначительная их часть каким бы то ни было образом связана с пиратством. Даже по запросам, связанным с произведениями, охраняемыми авторским правом, подавляющее большинство результатов на первых страницах поисковой выдачи относится исключительно к вебсайтам, предлагающим контент на законных основаниях. Добиться этого позволяет как постоянная работа компании Google по совершенствованию алгоритмов, лежащих в основе поисковой системы Google, так и усилия правообладателей по установлению приоритетности подаваемых ими запросов об удалении материалов, нарушающих авторское право, и повышению их целенаправленности.

7. По мнению компании Google, одним из наиболее эффективных способов борьбы с пиратством является предоставление пользователям удобных, привлекательных и законных возможностей для приобретения контента. Исходя из этого, компания Google приступила к реализации ряда инициатив, направленных на то, чтобы в поисковой выдаче пользователям предлагались возможности для законного приобретения контента, включая показ в ответ на запросы, связанные с поиском кинофильмов и музыкальных произведений, рекламных врезок со ссылками на сайты, предлагающие приобрести контент на законных основаниях или показывающие расписание сеансов в местных кинотеатрах. Компания Google также сотрудничает с владельцами объектов авторско-правовой охраны и фирмами, предлагающими к продаже музыкальный контент, помогая им более профессионально овладеть приемами оптимизации их сайтов под критерии поисковых систем, с тем чтобы их предложения появлялись в выдаче по более конкретным поисковым запросам, где они, возможно, отсутствуют в настоящее время.

8. Тем не менее некоторые критики представляют необъективную картину происходящего, сосредоточивая внимание на редко встречающихся конкретизированных поисковых запросах (когда к названию фильма или фамилии исполнителя добавляются такие слова, как «смотреть», «бесплатно» или «скачать»). Первый из изъянов подобной аргументации заключается в том, что в настоящее время многие компании, предлагающие контент к продаже на законных основаниях, предоставляют пользователям возможность просмотра фильмов в онлайн-режиме или их скачивания для дальнейшего просмотра на локальном устройстве, иногда делая это бесплатно. Запросы подобного рода сами по себе не указывают на попытку пиратства. Во-вторых, хотя поисковая выдача по этим редко встречающимся поисковым запросам и может включать в себя потенциально проблемные ссылки, в данной связи важно принимать во внимание низкую частотность таких запросов. Так, например частотность запроса по ключевым словам «Stranger Things» (название популярного телесериала) в 15 747 раз превышала аналогичный показатель для запроса по ключевым словам «Stranger Things смотреть бесплатно»<sup>4</sup>. Показатели сравнительной частотности любых поисковых запросов можно

---

<sup>3</sup> Дополнительную информацию см. в Google (March 20, 2018), *Introducing Subscribe with Google*, available at: <https://blog.google/outreach-initiatives/google-news-initiative/introducing-subscribe-google/> (last visited June 25, 2019).

<sup>4</sup> Дополнительные примеры и ссылки на источники см в Google (November 2018), *How Google Fights Piracy*, available at: [https://storage.googleapis.com/gweb-uniblog-publish-prod/documents/How\\_Google\\_Fights\\_Piracy\\_2018.pdf](https://storage.googleapis.com/gweb-uniblog-publish-prod/documents/How_Google_Fights_Piracy_2018.pdf).

сопоставлять при помощи сервиса Google Trends, который доступен по ссылке <https://www.google.com/trends/>.

9. Компания Google не стремится включать ссылки на сайты-нарушители в свою поисковую выдачу и предпринимает активные усилия по недопущению их появления там. Центральным элементом этих усилий является сотрудничество с авторами и правообладателями в целях выявления и удаления результатов, ссылающихся на сайты-нарушители, а также включения в поисковую выдачу законных альтернатив.

## В. ЭФФЕКТИВНАЯ ОБРАБОТКА БОЛЬШОГО ЧИСЛА ЗАПРОСОВ

10. Несмотря на то, что поисковая выдача по подавляющему большинству запросов, связанных с контентом, не содержит ссылок на сайты-нарушители, имеется небольшое число запросов, поисковая выдача по которым все же содержит проблемные ссылки. Применительно к этим конкретизированным запросам компания Google сотрудничает с правообладателями в целях решения данной проблемы несколькими разными способами. В целях оказания владельцам объектов авторско-правовой охраны помощи в подаче запросов об удалении материалов, нарушающих авторское право, компания Google разработала оптимизированную процедуру подачи таких запросов, предусматривающую заполнение онлайн-формы, которую правообладатели могут использовать в отношении почти всех услуг компании Google<sup>5</sup>.

11. Начиная с 2011 г. более 135,000<sup>6</sup> различных правообладателей подавали в Google запросы об удалении из поисковой выдачи тех или иных сайтов. Компания Google по-прежнему вкладывает значительные ресурсы и усилия технических специалистов в совершенствование действующих процедур получения и обработки запросов об удалении материалов, нарушающих авторское право.

12. Компания Google уже удалила из поисковой выдачи более четырех миллиардов унифицированных адресов ресурсов (URL), нарушавших авторское право. Только лишь в 2017 г. в адрес компании поступили запросы об удалении более 880 млн веб-страниц, размещенных более чем на 586 000 уникальных ресурсах (сайтах верхнего уровня). Количество URL, указанных в запросах об удалении, снизилось на девять процентов, что свидетельствует об обращении вспять многолетней тенденции к ежегодному росту числа URL, предлагаемых к удалению. По итогам рассмотрения поступивших запросов компания Google удалила из поисковой выдачи более 95 процентов таких веб-страниц. Что касается оставшихся веб-страниц, которых насчитывается несколько миллионов, то случаи отклонения запросов об удалении сайтов из поисковой выдачи или их восстановления после удаления были обусловлены следующими причинами: компании Google требовалась дополнительная информация; компания не смогла найти соответствующую страницу; компания пришла к выводу о том, что контент, предложенный к удалению, не нарушал авторское право; или компания сочла, что при подаче запроса были допущены злоупотребления.

## С. ПРОГРАММА УДАЛЕНИЯ МАТЕРИАЛОВ, НАРУШАЮЩИХ АВТОРСКОЕ ПРАВО, С УЧАСТИЕМ АККРЕДИТОВАННЫХ ПАРТНЕРОВ

---

<sup>5</sup> Разработанную компанией Google онлайн-форму и дополнительную информацию о подаче запросов об удалении контента см. URL: <https://support.google.com/legal> (ссылка проверена 25 июня 2019 г.).

<sup>6</sup> Google, *Google Transparency report: Content Removals Due to Copyright*, available at: <https://transparencyreport.google.com/copyright> (last visited June 25, 2019).

13. Помимо онлайн-формы для подачи запросов об удалении нарушающего контента, компания Google предлагает дополнительные возможности тем владельцам объектов авторско-правовой охраны, которые имеют хороший послужной список в плане подачи обоснованных запросов об удалении контента и постоянную потребность ежедневно подавать тысячи подобных запросов. Компания Google создала программу удаления из поисковой выдачи материалов, нарушающих авторское право, с участием аккредитованных партнеров, которая позволяет владельцам объектов авторско-правовой охраны или их уполномоченным представителям, занимающимся защитой их прав, постоянно подавать запросы на массовое удаление нарушающих авторское право веб-страниц. По состоянию на 2017 г. в этой программе участвовало более 170 аккредитованных партнеров, на которых приходится подавляющее большинство подаваемых запросов.

#### D. СНИЖЕНИЕ РЕЙТИНГА САЙТОВ-НАРУШИТЕЛЕЙ В ПОИСКОВОЙ ВЫДАЧЕ

14. В дополнение к удалению страниц из поисковой выдачи по запросам правообладателей компания Google также учитывает количество обоснованных запросов на удаление материалов, нарушающих авторское право, которые она получает в отношении того или иного сайта, в качестве одного из сотен факторов, влияющих на присвоение этому сайту рейтинга в поисковой выдаче. Таким образом, рейтинг тех сайтов, в отношении которых компания Google получает значительное число обоснованных запросов об удалении контента, в поисковой выдаче ощутимо снижается. Такое снижение рейтинга усиливает эффект от запросов на удаление нарушающего контента, подаваемых в соответствии с Законом об авторском праве в цифровую эпоху, поскольку каждый случай удаления URL может оказать влияние на общий поисковый рейтинг сайта. Эта практика помогает пользователям легче находить источники качественного контента, предлагаемого к продаже на законных основаниях, а также способствует предотвращению посещения ими сайтов-нарушителей.

15. Практика подтвердила весьма высокую эффективность данного механизма. В 2014 г. – сразу же после того, как компания Google усовершенствовала процедуру учета нарушений авторского права при определении рейтинга сайтов в поисковой выдаче, – один из крупнейших торрент-сайтов признал, что всего за одну неделю количество посетителей данного сайта, приходящих туда по ссылкам из поисковой выдачи, упало на 50 процентов<sup>7</sup>. В мае 2016 г. компания Google обнаружила, что количество посетителей тех сайтов, поисковый рейтинг которых был снижен, приходящих туда по ссылкам из поисковой выдачи Google, снижается в среднем на 89 процентов. По состоянию на конец 2017 г. компания Google еженедельно снижала поисковые рейтинги в среднем 500 сайтов, причем такое снижение рейтингов проводилось в глобальном масштабе. Кроме того, компания Google существенно затруднила сайтам-нарушителям возможность избежать снижения поискового рейтинга путем перевода сайта на новое доменное имя.

16. Несмотря на то, что компания Google практикует снижение общего рейтинга целых сайтов в поисковой выдаче, она не удаляет из выдачи все ссылки на такие сайты, за исключением тех случаев, когда она получает конкретный запрос на удаление той или иной веб-страницы. Даже в случае с теми сайтами, в отношении которых Google получает наибольшее число запросов на удаление страниц, количество страниц, предлагаемых к удалению, часто составляет лишь крайне малую часть от общего количества страниц на соответствующем сайте. В подобных ситуациях полностью удалять ссылки на сайт из поисковой выдачи было бы неуместно.

<sup>7</sup> TorrentFreak (October 23, 2014), *Google's New Search Downranking Hits Torrent Sites Hard*, available at: <https://torrentfreak.com/googles-new-downranking-hits-pirate-sites-hard-141023/> (last visited June 25, 2019).

17. Эффективная обработка запросов об удалении нарушающего контента в сочетании с практикой снижения поискового рейтинга сайтов-нарушителей дает в распоряжение владельцев объектов авторско-правовой охраны мощное средство борьбы с сайтами-нарушителями. По мере появления новых сайтов-нарушителей правообладатели начинают подавать запросы на удаление из поисковой выдачи страниц с этих новых сайтов, что, в свою очередь, позволяет компании Google получить информацию, которую она может использовать для пересмотра поисковых рейтингов таких сайтов.

### **III. ПОИСКОВАЯ СИСТЕМА GOOGLE ПОЗВОЛЯЕТ ВЫЯВЛЯТЬ ЗЛОУПОТРЕБЛЕНИЯ И ПООЩРЯЕТ ТРАНСПАРЕНТНОСТЬ**

18. Компания Google предпринимает активные усилия по выявлению и предотвращению злоупотреблений, связанных с процедурой подачи запросов об удалении материалов, нарушающих авторское право. В связи с поступлением большого количества запросов об удалении нарушающих материалов повышается сложность и важность усилий, направленных на выявление злоупотреблений и ошибок при подаче таких запросов.

19. Некоторые из получаемых компанией Google запросов об удалении материалов, нарушающих авторское право, бывают составлены с ошибками или пропусками, а иногда и имеют признаки откровенных злоупотреблений. Результаты масштабного исследования, проведенного Калифорнийским университетом в Беркли и Колумбийским университетом, свидетельствуют о том, что в связи с 28,4 процентами получаемых компанией Google запросов об удалении нарушающего авторское право контента возникают серьезные вопросы, заставляющие усомниться в их обоснованности<sup>8</sup>. В подобных случаях компания Google может отказаться удалить тот или иной URL из своей поисковой выдачи или же восстановить ранее удаленный контент.

20. Компания Google серьезно относится к своим обязательствам по профилактике злоупотреблений. С учетом большого количества запросов об удалении контента задача, связанная с выявлением ошибок и злоупотреблений при подаче таких запросов, еще более усложняется. Компания Google продолжает вкладывать в решение этой проблемы все более значительные средства. Если говорить о программе удаления материалов, нарушающих авторское право, с участием аккредитованных партнеров, то компания Google практикует отмену или приостановку аккредитации своих партнеров по этой программе за неоднократную подачу ими необоснованных или неполных запросов через механизм массовой обработки запросов. Кроме того, компания разработала механизмы обеспечения прозрачности, позволяющие сообществу выявлять необоснованные запросы об удалении контента.

### **IV. УНИФИЦИРОВАННЫЕ АДРЕСА РЕСУРСОВ, ОТСУТСТВУЮЩИЕ В ПОИСКОВОМ ИНДЕКСЕ**

21. Несмотря на то, что поисковая система Google ежегодно обрабатывает большое число запросов об удалении тех или иных URL из поисковой выдачи, значительная часть этих URL никогда там и не присутствовала. Это происходит потому, что компания Google принимает к обработке запросы на удаление даже тех URL, которые не присутствуют в ее поисковом индексе на момент подачи запроса. Тем не менее компания Google даже в таких случаях принимает упреждающие меры для недопущения появления подобных URL в ее поисковой выдаче, а также снижения поискового рейтинга других страниц,

<sup>8</sup> Jennifer Urban, Joe Karaganis and Brianna Schofield (March 2017), *Notice and Takedown in Everyday Practice*, University of California Berkeley Public Law Research Paper No. 2755628, available at: <https://ssrn.com/abstract=2755628>.

расположенных на том же сайте. Некоторые из организаций, подающих запросы, включают в них значительное число URL, отсутствующих в поисковом индексе. В случае с одной из таких организаций в индексе Google отсутствовало 82 процента URL, в отношении которых от нее поступили запросы об удалении<sup>9</sup>.

## V. ЗАКЛЮЧЕНИЕ

22. По состоянию на сегодняшний день разработки компании Google, как никогда раньше, позволяют авторам и правообладателям увеличивать свои доходы, дают большему числу пользователей возможность получить доступ к интересующему их контенту, а также вносят более ощутимый вклад в борьбу с Интернет-пиратством. Создавая такие передовые разработки, как система Content ID и механизм снижения поискового рейтинга сайтов-нарушителей, взаимодействуя с лицами, ответственными за разработку политики, и являясь примером для других профильных компаний в плане ликвидации каналов получения нарушителями неправомерной прибыли, компания Google склоняет чашу весов в пользу тех, кто ведет борьбу с пиратством в Интернете. При помощи инноваций и партнерских проектов Google демонстрирует свою приверженность делу выявления нарушителей, а также способствует расширению возможностей сообществ авторов, творчество которых производит на свет пользующийся всеобщей популярностью современный Интернет-контент.

## VI. ССЫЛКИ НА ДОПОЛНИТЕЛЬНУЮ ИНФОРМАЦИЮ

Дополнительную информацию можно получить по следующим ссылкам:

- <https://fightingpiracy.withgoogle.com/#>; и
- Google (November 7, 2018), *Protecting What We Love About the Internet: Our Efforts to Stop Online Piracy*, available at: [blog.google/outreach-initiatives/public-policy/protecting-what-we-love-about-internet-our-efforts-stop-online-piracy/](http://blog.google/outreach-initiatives/public-policy/protecting-what-we-love-about-internet-our-efforts-stop-online-piracy/).

[Конец документа]

---

<sup>9</sup> См. Google (February 21, 2017), *Additional Comments on the United States of America Copyright Office's Section 512 Study*, available at: <https://www.regulations.gov/document?D=COLC-2015-0013-92487>.