



 **МУЗИКАУТОР**

# Авторските права в дигитална среда Прехвърляне на стойност

**Иван Димитров**  
изпълнителен директор  
Музикаутор

9 юни 2017 г.  
Сандански

# Статистика

- **7 от 10-те най-следвани личности** в Twitter са артисти и музиканти
- **9 от 10-те най харесвани хора** във Facebook са музиканти
- YouTube е най-разпознаваемата онлайн музикална услуга в световен мащаб\*
- След придобиването на YouTube от Google, търговската стойност на Google се повишава повече от 7 пъти\*\*
- в YouTube – 9 от 10-те **най-гледани видеа са свързани с музика**. Музиката е най-популярното съдържание в YouTube\*\*\*
- Социалните мрежи и UGC платформите (Facebook, YouTube, Soundcloud) генерират много **по-голям трафик** отколкото от всички онлайн музикални и филмови услуги взети заедно\*\*\*\*
- 56% от европейците използват Интернет за културни цели

## Източници:

\* IPSOS Media CT, 2013, *Digital Music Consumer – A Global Perspective*

\*\*Interbrand data on top brands: <http://bestglobalbrands.com/previous-years/2006> and <http://bestglobalbrands.com/2014/ranking/>

\*\*\*IFPI, *Digital Music Report*, 2013

\*\*\*\*Roland Berger Study 2015: *Cultural Content in the on-line environment: Analyzing the Value Transfer in Europe*

# Още статистически данни

- Културните индустрии представляват **4,2% от БВП на Европа\***
- Към момента над 7 милиона европейци са **заети** директно или индиректно в културните индустрии (3,3% от активното население на ЕС)\*
- **Приходите** от културните индустрии надвишават значително приходите от телекомуникационни услуги в световен мащаб\*\*
- Културните индустрии създават 5 пъти **повече работни** места от телекомуникационната индустрия в Европа\*\*

## Източници:

\**Creating Growth: Measuring cultural and creative markets in the EU, Ernst and Young*

\*\* *Cultural Times: The first global map of cultural and creative industries, Ernst and Young*

# Класически модел (среда)

- Предварително лицензирано съдържание
- Уговорено възнаграждение за авторите
- Контрол върху съдържанието от медията – ползвател
- Пасивни крайни потребители
- Стандартно преживяване от зрителите (няма интерактивност)



# Дигитална среда (модели)

## Видове интернет платформи:

### Класически модел

(Spotify, Deezer, Apple Music, Google Play):

- Съдържанието се предоставя от правоносителите (продуценти);
- Само каталози с предварително уредени права;
- По-ограничен обем на съдържанието (разходи по уреждането/ маркетинг стратегии);
- Приход за платформата – реклама или заплащане от потребителите;
- Потребители - 60 млн. за Spotify, Deezer и Netflix (за месец в Европа)

### UGC платформи

(YouTube, VBOX7) и социални мрежи (Facebook, Twitter):

- Съдържанието се качва свободно от крайните потребители
- Няма или има частично уреждане на авторските права (за комерсиални произведения - филми, музика, видеа)
- Огромен обем от разнообразно културно съдържание
- Приход за платформата - от реклама
- Потребители - 600 млн. - YouTube, Facebook и Soundcloud (за месец в Европа)

Източник: *Cultural content in the Online Environment: Analyzing the Value Transfer in Europe*, Roland Berger 2015

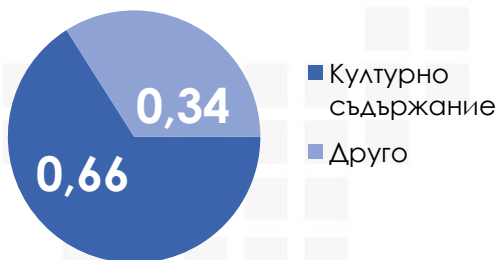
# Тенденции при UGC платформи

- Многообразие на съдържанието, качено от крайните потребители
- Нарастване на трафика
- Приходите от реклами растат
- Авторските права остават неуредени или малка част от приходите достигат до създателите на съдържанието

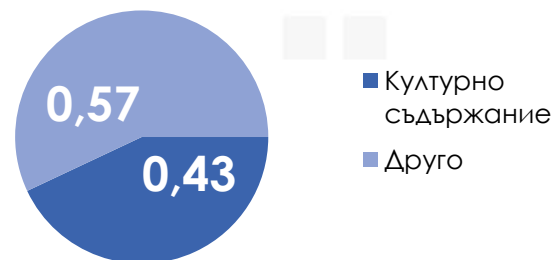
# Прехвърляне на стойност

- Прехвърляне на стойност (**Transfer of value**) – понятие, което отчита, че приходите на правоносителите остават нищожни за сметка на нарастващите приходи на UGC платформите и социалните мрежи

## UGC платформи



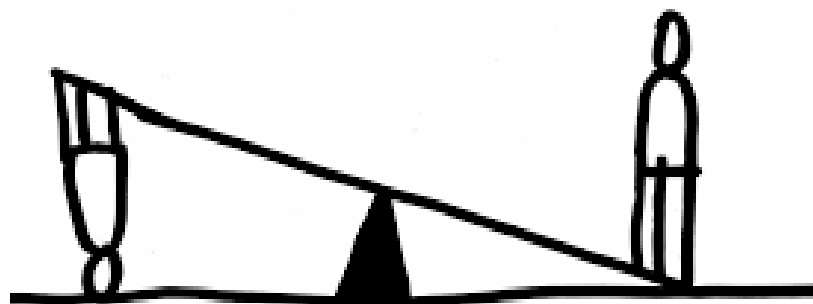
## Социални мрежи



- **UGC (user generated content)** – съдържание, качено от потребителите (YouTube, SoundCloud, VBOX7)
- **UGC платформи** – онлайн платформи, които съхраняват и осигуряват достъп до големи обеми произведения, качени от крайните потребители
- **Социални мрежи** - Facebook, Twitter

# #Проблеми!

- Платформите предоставят достъп до огромен обем културно съдържание, развлекателни програми и т.н.
- **Те не създават и не инвестират в съдържание**
- Така голяма част от стойността на произведенията в интернет се прехвърля в полза на платформите
- Създателите на съдържание губят своите приходи
- Балансът е нарушен драстично
- Бизнес риск за всички в дългосрочен план





# SAFE HARBOR режим

- Директива 2000/31 на ЕС за електронната търговия позволява тълкуване в посока, че платформите не дължат възнаграждение, т.к. се ползват от safe harbor режим.
- Презюмира се, че UGC платформите не знаят какво съдържание се качва от потребителите
- В наши дни платформите знаят какво съдържание се качва от потребителите, с цел същото да остане по-дълго в обръщение
- Платформите използват алгоритми, за да таргетират рекламите към определени потребители на база интересите им към дадено съдържание

**UGC платформите се възползват от  
неяснотата на SAFE HARBOR режима!**

# Негативни ефекти за правоносителите

Президентът на GESAC Christophe Depreter казва:

*„Свободата на авторите да се себеизразяват може да съществува, само ако те имат свободата да създават и да получат справедливо възнаграждение за труда си. Затова е от особено значение да има ясни правила за легалното предоставяне на достъп до произведенията посредством тези платформи, за да могат потребителите спокойно да се наслаждават на това съдържание, уважавайки в същото време техния интегритет и стойност.“*

**Творците са в по-неизгодна позиция!**

# Негативни ефекти за конкуренцията

**UGC платформите** се конкурират с лицензираните доставчици на онлайн услуги като Spotify, Apple Music, Google Play, Netflix за потребителско внимание

**UGC платформите** имат в пъти-по висок трафик (активните потребители на YouTube, Facebook и Soundcloud са 600 млн. спрямо 60 млн. за Spotify, Deezer и Netflix)

# Негативни ефекти за потребителите

Съществуващият към момента дисбаланс ограничава достъпа на потребителите до нови и иновативни услуги, които предлагат същото съдържание като UGC платформите и същевременно плащат на правоносителите справедливо възнаграждение.

25  
ГОДИНИ

МУЗИКАУТОР

# Как да постигнем баланс?



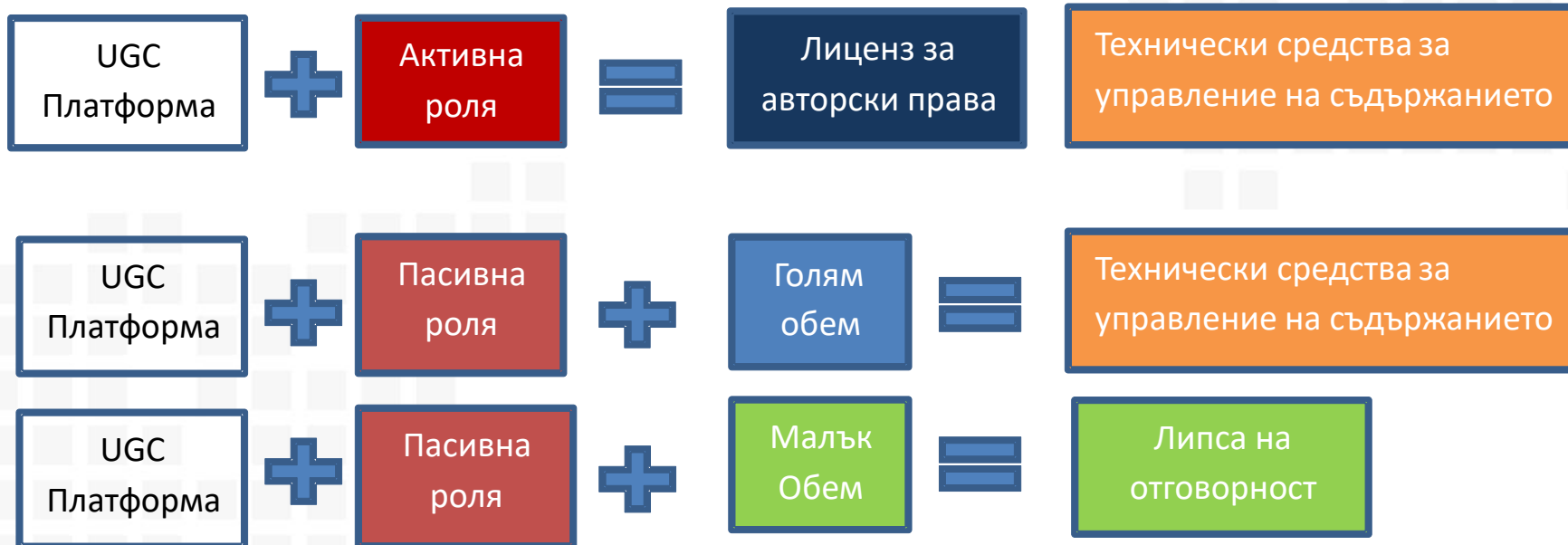
# Проект на Директива за авторското право в цифровия единен пазар:

- ЕК прави опит да изясни статуса на точно определени доставчици на съдържание на информационното общество - UGC платформите и социалните мрежи, които **съхраняват големи обеми произведения** и други обекти, **качени от техните ползватели**, и осигуряват достъп до тях
- Пример за UGC платформа: VBOX7, YouTube, Soundcloud
- Пример за социални мрежи: Facebook, Twitter
- Изпраща важен сигнал към тези платформи, че те също трябва да играят по общите правила
- Цел – да се преодолее изкривяването на единния цифров пазар

# Проект на Директива за авторското право в цифровия единен пазар:

- Директивата по категоричен начин посочва, че интернет платформите **осъществяват ползване** по смисъла на авторското право
- Тези платформи не могат да се възползват от safe harbor режима , когато имат активна роля. Пример: рекламират върху културно съдържание, качено от крайните потребители
- Уредени са три различни хипотези:

# Възможни режими съгласно Проекта за Директива:





# Активна роля на платформите:

- Създават модели за организация на качването от потребителите съдържание
- Развиват търсачки и софтуер, който да насочи крайните потребители към определено съдържание
- Използват алгоритми, за да монетизират качените на платформата видеа посредством различни рекламни стратегии
- Генерират приход

# Технически средства

**UGC платформите следва да инвестират в технологии, които позволяват на носителите на права да управляват създадените от тях произведения и да участват активно в оптимизирането на приходите, които тези произведения генерират.**

Пример - Content ID системата на YouTube - която позволява на правоносителите да задават политиката, която да се прилага автоматично спрямо upload-ваните от потребителите видеа :

- да монетаризират тези видеа (приходите от реклами се изплащат на правоносителите, а не на потребителя, качил видеото)
- да сваля видеа на потребители
- да проследява гледанията на потребителските видеа

**Софтуерните решения като Content ID за разпознаване и управление на съдържание позволява да се постигне БАЛАНС между свободата на потребителите да качват и споделят защитени произведения и правото на авторите да решат дали създадените от тях произведения да бъдат използвани по един или друг начин.**

- YouTube има разработени процедури за разрешаване на конфликти и спорове между правоносиители и потребители на платформата
- На пазара вече има достъпни софтуерни решения за разпознаване на съдържание (automatic content recognition (ACR) technology) в рамките на различни дигитални платформите (напр. Audible Magic Corporation)

# Позитиви от промяна в третирането на UGC платформите:

- Творците, основата на бизнес модела на UGC платформите, ще започнат да получават **справедливо възнаграждение** за своите произведения, на базата на които се генерират приходи
- Лицензираните дигитални и старт-ъп платформи ще бъдат **третирани еднакво** с UGC платформите, което ще спомогне за създаването на единен цифров пазар в рамките на ЕС
- Фенове и **потребители** ще се възползват от иновациите, които един справедливо функциониращ цифров пазар, ще им предложи
- **Подем на културния и творческия сектор** - един от основните двигатели на европейската икономика, в контекста на нарастващите приходи в дигитална среда

25  
ГОДИНИ

МУЗИКАУТОР

Благодаря за вниманието!