



ПОШИРЕННЯ НЕЛЕГАЛЬНОГО МЕДІАКОНТЕНТУ В ІНТЕРНЕТІ: ПРОБЛЕМИ ПРАВОВОГО РЕГУЛЮВАННЯ

Катерина Афанасьєва (Горська),
старший науковий співробітник НДІ інтелектуальної
власності НАПрН України,
кандидат філологічних наук

Значне збільшення каналів отримання інформації та її хаотичне поширення призводять до ситуації, коли неоднорідність інформаційних потоків ускладнює їх регулювання. Автор статті аналізує моделі регулювання та оцінює їхню ефективність в умовах трансформації медіа. Ініціативи з регулювання з боку мас-медіа продемонстрували добрі результати, про що свідчить позитивна динаміка боротьби з піратством і співвідношення легального та нелегального контенту в мережі. Проте власне сектор ЗМІ все ще перебуває в пошуку ефективних моделей стримування поширення нелегального контенту.

Ключові слова: медіарегулювання, піратство, поширення нелегального медіаконтенту в мережі

Сучасний медіапростір характеризується динамікою перетворень, найважливішими з яких для медіаконтенту є поява нових каналів поширення інформації, зміна властивостей медіаконтенту, широке залучення користувачів інформації до його створення, генерації та поширення, власне медіаконтент набуває цифрової форми. Зазначені чинники впливають на індустрію ЗМІ, зокрема у сфері регулювання. Актуальність питання поширення медіаконтенту в мережі Інтернет пояснюється ще й тим, що понад 43 % українців (на 2013 рік) є активними користувачами Інтернету й ця цифра постійно зростає. Сьогодні саме в Інтернеті зосереджена велика частка медіаконтенту, проте його безконтрольне поширення завдає істотної шкоди виробникам унікального контенту. Саме ці тенденції стали причиною конфлікту між виробниками контенту та його споживачами. Перші зацікавлені в широкому використанні контенту з комерційною метою, збільшенні можливостей для виявлення та боротьби

з незаконним використанням їхнього медіапродукту. Натомість аргументи користувачів протилежні та полягають у бажанні вільно взаємодіяти в цифровому середовищі, використовувати медіаконтент з мінімальними витратами. Метою статті є спроба окреслити межі регулювання поширення медіаконтенту в мережі, вивчення сучасних моделей, оцінки їхньої дієвості, аналізу зарубіжного досвіду та можливості його застосування в Україні, огляд і аналіз ініціатив та практик, що застосовуються для вирішення цієї проблеми у світі.

Провокатори медіапиратства. Розглянемо основні фактори, що є провокаторами процвітання незаконного поширення медіаконтенту в мережі:

- *Легке копіювання матеріалів в Інтернеті та недостатньо ефективні технічні заходи їхнього захисту.* Низька вартість копіювання та поширення матеріалів у мережі, поява великої кількості приладів з можливостями обробки, зберігання та редагування матеріалів (комп'ютери, планшети, MP3-



плеєри, ридери тощо) — усе це дало поштовх процвітанню «цифрового піратства». Якщо раніше контрафактні примірники продуктів вирізняли за їх низькою якістю, сьогоднішні копії практично ідентичні за якістю оригінальному медіапродукту. Незважаючи на те, що все більше матеріалів в мережі мають захист від копіювання, його обхід не становить великої складності для користувачів. Крім цього про необхідність регулювання незаконного поширення контенту в Інтернеті заговорили тільки на етапі, коли величезну кількість медіапродуктів уже було викладено в мережі без належного технічного захисту від копіювання. Тож контроль за незаконним поширенням цієї частини контенту залишається дуже складним завданням.

• *Низька правова культура користувачів мережі.* Демократизація процесу медіавиробництва послабила ієрархічну структуру традиційних ЗМІ, перетворила людей, групи, цілі спільноти користувачів на повноцінних учасників медіаіндустрії. У результаті медіасферу поповнили автори, не знайомі з принципами етики та правовими нормами. Зумовлений специфікою Інтернету стереотип про те, що інформація в мережі розміщується на безкоштовній основі, в той час як аналогічна інформація поза віртуальним середовищем підпорядковується законам економіки, а її використання потребує оплати. Це твердження поширилось і на сферу медіа, де ЗМІ (загалом) сприймаються об'єктом інтелектуальної власності, в той час як інформація у них вважається такою, що може бути використана безкоштовно.

Активними поширювачами нелегального контенту в Інтернеті є і учасники соціальних мереж, які щодня поповнюють ці ресурси новими медіапродуктами без дозволу правовласників.

За даними медіагрупи UniversalMcCann, українці увійшли до п'ятірки найактивніших користувачів соцмереж (81 % становить частка користувачів соціальних мереж від загальної кількості інтернет-користувачів населення) після Філіппін, Чилі й Екватору*. Зважаючи на це проблема поширення нелегального контенту через соціальні мережі постає для України особливо гостро.

• *Недостатній суспільний осуд явища піратства та плагіату.* Більшість користувачів копіювання та поширення медіаконтенту в мережі не сприймають як щось незаконне чи неетичне. Справді, механізми, за якими надається доступ до медіапродуктів, здебільшого виглядають як законні та не викликають недовіри чи перестороги у користувачів. Адже, скажімо, багато файлообмінників працюють без економічної мотивації; скачування на інших маскується «ознайомчою метою», з якою надається доступ до контенту; деякі ресурси пропонують стати членами їхньої групи, клубу, спільноти та взяти участь у голосуванні, що дозволить визначити переможців — найкращі медіапродукти (за результатами переглядів учасниками голосування).

На думку Ш. Хема та Р. Д. Аткинсона піратство потрібно розглядати не через призму правопорушення, а як «колективні дії мільйонів законослухняних користувачів Інтернету всіх вікових категорій, що вирости в культурі вільного контенту, що є характерною рисою Інтернету» [1, 1]. Тож спільне користування медіапродуктами, що були придбані законним шляхом одним з користувачів, також вважається соціально прийнятною практикою. Суголосна позиція і в українських споживачів. За результатами опитування, проведеного компанією Research&Branding Group, більшість українців ставляться нейтрально чи підтримують піратство.

* За даними UniversalMcCann [Electronic resource]. — Access mode : http://ru.tsn.ua/nauka_it/ukraincy-voshli-v-pyaterku-samyh-aktivnyh-polzovateley-socsetey.html.

Лише 20 % опитаних підтримують боротьбу з Інтернет-піратством, водночас 40 % не мають чіткої позиції щодо цього (Рис. 1). Лише 10 % українських користувачів мережі готові сплачувати за використання контенту. 61% українців заявили про свою повну неготовність купувати ліцензійний контент*.

медіа, що існують в українському медіа просторі, можна аналізувати за принципом піраміди (*Ayres and Braithwaite*), спектр рівнів якої проходить від державного регулювання на одному кінці до саморегулювання на іншому. В цьому контексті найбільш близькою до українських реалій може

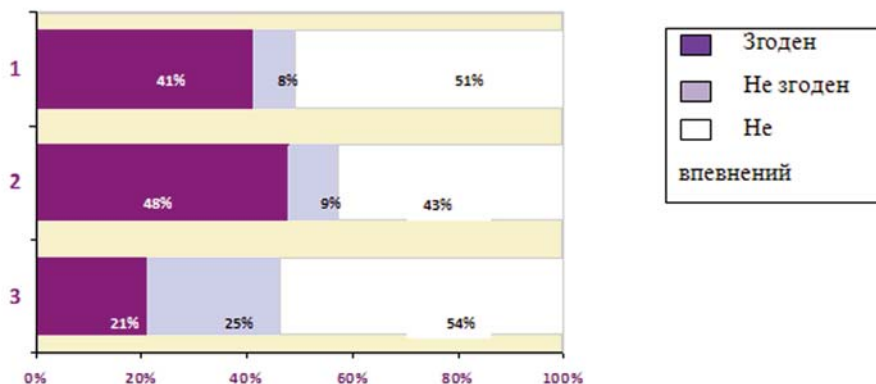


Рис. 1. Ставлення української Інтернет-аудиторії до піратства

1. *Боротьба з піратством — не більше ніж лобювання інтересів великих компаній.*
2. *Висока ціна за легальний контент в Україні не сприяє його використанню.*
3. *Необхідно закрити піратські сайти, якщо ми хочемо бути частиною цивілізованого світу.*

Моделі регулювання медіаконтенту в мережі: безпеляційність або компроміс?

У пошуку ефективних моделей регулювання поширення контенту, необхідно виходити зі становища, що сьогодні існує у сфері регулювання та оцінки дієвості моделей, котрі застосовуються. Деякі дослідники, як наприклад М. Гільєн, схильні виділяти моделі регулювання медіаконтенту залежно від виду ЗМІ [2]. Однак процеси конвергенції, що породжують неоднорідність структури сучасного медіасередовища ускладнюють застосування єдиних підходів до регулювання, наприклад через ліцензування. На наш погляд регуляторні стратегії

бути визнана концепція трьох регуляторних моделей саморегулювання — спільне регулювання — державне регулювання (*Self Regulation — Co-Regulation — Statutory Regulation*) [3]. Основу державного регулювання як правило утворює встановлення законодавчих або нормативних правил. Адаптація законодавства до сучасних реалій медіасфери — тенденція, яка спостерігається в усьому світі. При цьому багато дослідників заявляють про необхідність посилення законодавчого «втручання» в цю сферу, якщо запропоновані підходи доводять свою життєздатність і задовольняють політичні цілі країни щодо зниження рівня піратства загалом. Однак он-

* За даними : <http://rb.com.ua/rus/politic/politicresearches/?date=2013>.



лайн-платформа дає набагато більше можливостей для обходу нормативних меж. І прийняті останніми роками законодавчі акти, спрямовані на боротьбу з поширенням нелегального контенту в мережі, оголили проблемні аспекти, пов'язані насамперед з визначенням відповідальності за розміщення та поширення нелегального контенту, а також зі складністю фіксації факту порушення.

Сьогодні на національному та міжнародному рівнях відбуваються процеси переосмислення системи заходів боротьби з медіапиратством в мережі та аналізу помилок і позитивів таких законодавчих ініціатив, як наприклад «Закон трьох попереджень», що деякий час був чинний у Франції (Hadopi, 2009); закон DADVSI, що передбачає за поширення піратського контенту штраф до 300 тис. євро; USA Law «Digital Millennium Copyright Act», що дозволяє видаляти продукт, який був незаконно поширений у мережі; принципи системи Copyright Alert System, яка набула чинності в США; а також Закон про боротьбу з Інтернет-піратством, який набув чинності в 2013 році в Росії. Зокрема необхідність документального доказування приналежності прав на контент з боку правовласника, передбачене російським законодавством, не витримали випробування практикою, позаяк створюють додаткові труднощі для правовласника. Франція сама відмовилась від згаданого закону «трьох попереджень» через неефективність цих заходів боротьби із порушниками та звинуваченням з боку користувачів щодо недоторканності приватного життя і свободи вираження думок. Розміри ж штрафних санкцій, заявлені в законодавствах більшості європейських країн є просто нездійсненними через низький рівень економічного розвитку та доходів галузі в Україні.

Окрім законодавчого регулювання, країни намагаються боротися із сайта-

ми, що поширюють нелегальний контент, більш жорсткими методами — закриваючи їх. Так, наприклад, кілька років тому в Україні спалахнув скандал, пов'язаний зі спробою закриття файлообмінника, відомого поширенням нелегального контенту в Інтернеті — сайту EX.UA. Реакція активних українських користувачів мережі була дуже бурхливою — акції протесту, хакерські атаки на сайти органів державної влади. Подібні реакції можна було спостерігати і з боку європейських користувачів, які також негативно свого часу зустріли прийняття законодавчих актів по боротьбі з контрафактним контентом, таких як АСТА. Закриття інших піратських ресурсів продемонструвало короткочасну ефективність, через деякий час заборонені ресурси з'являються знову. Такими прикладами є історії з ресурсами The Pirate Bay (Швеція), file sharing Megaupload (США) та ін.

Взагалі ініціативи ЄС після поразки ідеї прийняття документа АСТА мають менш агресивний характер і виходять із важливості дотримання особистих прав та свобод людини, підтримують заявлену ЮНЕСКО [4] концепцію вільного руху знань та інновацій. Європейський парламент і Рада наголошують на існуючому питанні на якісний контент у Європі зі збалансованим доступом та правами користувачів [5]. У цьому контексті багато держав підтримують «модель саморегулювання» як найбільш гнучку щодо адаптації в цифровому середовищі. За цією моделлю правила, що визначають поведінку медіаринку, розробляють самі учасники, а не нав'язуються державою. В українських інтернет-медіа функції здійснення незалежного саморегулювання галузі взяла на себе Спілка професійних електронних медіа, що функціонує з 2011 року. Серед заявлених зобов'язань, які беруть на себе її учасники, — протидія незаконному розповсюдженню медіаконтенту. Без-



умовно саморегулювання має потенціал, адже здатне більш оперативно реагувати на трансформаційні зміни в медіасередовищі. Однак ефективність моделі саморегулювання прямо пов'язана з рівнем правової культури учасників медіаринку. Тривалий час саморегулювання вважалось оптимальною формою для медіасфери. Однак зі зростанням кількості учасників медіаринку і збільшенням доходів медіасфери, фінансовий фактор поставив під загрозу дієвість цієї системи, насамперед через її «непрозорість» і відсутність демократичної підзвітності.

Описані вище моделі є традиційними, проте їхня ефективність у нових умовах не є задовільною. Тож у процесі пошуку універсальної моделі до регулювання можуть бути залучені й інші учасники медіаринку.

Модель «Регулювання ринком». Механізми регулювання поширення медіаконтенту на піратських сайтах стикаються зі складнощами. Популярність сайтів, які поширюють нелегальний контент, опосередковано підтримують рекламодавці. Тільки в 2013 році прибуток від реклами на піратських сайтах сягнув близько 5 млн дол. США. Схоже, рекламодавців не бентежить той факт, що зокрема сайт EX.UA офіційно занесений Міжнародним альянсом інтелектуальної власності (ІПРА) до списку піратських сайтів^{*}.

Таким чином рекламодавці побічно підтримують процвітання піратства в Україні. Втім останнім часом відомі бренди пристали на пропозицію Української медіагрупи відмовитися від розміщення реклами на сайтах, які розміщують піратський контент. Керуючись принципом «follow the

money» («йди за грошима»), Єврокомісія 01.07.2014 року прийняла план спрямований, на мотивування рекламодавців, що розміщують рекламу на піратських сайтах і тим самим підтримують їх.^{**} Бойкотування сайтів-порушників з боку рекламодавців на практиці може стати потужним ринковим регулятором, який сприятиме встановленню правомірних взаємовідносин між виробниками медіаконтенту та сайтами-поширювачами.

Подібним регулятором могли б стати й самі користувачі, віддаючи перевагу легальним каналам отримання медіапродукту. Однак поки українські користувачі все частіше поповнюють лави Інтернет-піратів і не готові добровільно брати на себе зобов'язання щодо сумлінного споживання винятково легального контенту. Позиція, за якої притягнення до відповідальності за використання нелегального контенту кінцевого споживача не підтримується багатьма державами, до яких належить і Україна. На думку виробників медіаконтенту, сьогодні в Україні більшою проблемою, ніж поширення піратського контенту, є мала кількість майданчиків з легальним контентом або з інформацією про нього. Якщо користувач хоче використовувати легальний контент, у нього не має виникати проблем з його пошуком. Наприклад, багато українських телеканалів надають послугу catch-up tv — можливість перегляду контенту телеканалу в Інтернеті протягом певного часу після ефіру. Однак більшість користувачів, — констатують представники телеканалів, — про цю можливість не знають. Не секрет, що пошук є важливим ресурсом для користувачів, які прагнуть отримати певний продукт. 74 % користу-

^{*} За даними дослідження моніторингу медійної реклами AdvertTrack (за період 2013 року) велика кількість реклами зосереджена саме на піратських сайтах (Результати дослідження доступні на: <http://legalcontentua.com/archives/343>).

^{**} Action Plan to address infringements of intellectual property rights in the EU [Electronic resource]. — Access mode : http://europa.eu/rapid/press-release_IP-14-760_en.htm?locale=en



вачів звертаються за допомогою до навігаційних інструментів пошукової системи. Тож активну діяльність у напрямі фільтрації сайтів із нелегальним контентом провадить вже кілька років поспіль компанія Google. Оновлений алгоритм пошукової системи в запиті віддає перевагу ресурсам з легальним контентом, виводячи їх у топ пошукових результатів за запитом. Водночас «сумнівні» щодо дотримання прав на контент сайти отримують нижчі позиції у пошуку.

Складним і досі лишається питання відповідальності. Застосування певних санкцій до порушників можливо лише за умови фіксування факту порушення. У цьому контексті необхідною є взаємодія авторів із Інтернет-провайдерами, що володіють інформацією про IP-адреси абонентів. Так, у Туреччині співпраця з провайдерами дозволила контролювати активність користувачів мережі без їхнього дозволу. Відстеження небажаних повідомлень відбувається за словами-маркерами. Однак як показує практика, більшість запитів на перегляд медіаконтенту не містять у пошукових словах намірів, які прямо вказують на бажання переглядати медіаконтент нелегально (наприклад «подивитись безкоштовно», «скачати безкоштовно»).

Вагомою проблемою в питанні встановлення порушника лишається анонімність користувачів. Конфіденційність у мережі завжди була одним із засадничих принципів Інтернету, що і зробили його такими популярним. Однак саме фактор анонімності сьогодні сприяє поширенню піратства. Більшість користувачів соцмереж і торентів реєструються конфіденційно. У такій ситуації правласники просто не можуть відстежувати поширення їхніх матеріалів та захищати права в Інтернеті. Запропонована YouTube система ідентифікації користувачів, які завантажили контент, у 2013 році була відзначена премією у сфері телебачення Primetime Emmy Award. Нині

близько 5000 партнерів системи використовують її для ідентифікації користувачів і монетизації власного контенту, що дозволяє збільшити прибутки. Підсумки антипіратської роботи Google продемонстрували, що порушення авторських прав можуть бути використані як прикриття для цензури чи ліквідації конкурентів. У звіті діяльності за 2013 рік компанія повідомила про 224 млн запитів щодо порушення авторських прав на Інтернет-сайтах, з яких 222 млн посилань було видалено [6].

Унаслідок розвитку нових комунікаційних технологій в аудиторії з'явилася багато можливостей для обходу посередників з передачі контенту, що розширює доступ аудиторії до контенту. Одночасно за відсутністю посередницької ролі медіа між медіапродуктом і аудиторією, на думку Дж. Хабермаса, аудиторія не може бути впевнена у достовірності цього контенту, як і його легальності [7]. За даними дослідження Фонду «Громадська думка» та порталу theRunet більшість користувачів не можуть відрізнити легальний контент від нелегального: 62 % місячної аудиторії не володіють «розпізнавальною» здатністю, визначити піратський фільм або аудіозапис можуть лише 26 % користувачів [8]. Боротьба з медіа піратством сьогодні переходить у площину медіаграмотності та популяризації анти піратських настроїв у суспільстві. Так, у 2014 році у Великобританії стартувала освітня програма Creative Content UK, метою якої є роз'яснення способів правомірного використання медіаконтенту та формування правової культури населення щодо питань дотримання авторських прав [9].

Позитивні результати можуть бути отримані і при застосуванні моделі «спільного регулювання». Під цією моделлю ми маємо на увазі співпрацю та навіть своєрідний бартер виробників медіапродукту як з його кінцевими споживачами, так і з посередника-

ми, що його поширюють. Запропонована модель регулювання базується на необхідності пошуку розумного компромісу між авторами контенту і його споживачами, зокрема й шляхом легалізації вже розміщеного контенту. Наприклад деякі інтернет-ресурси самі ініціюють діалог з телеканалами,

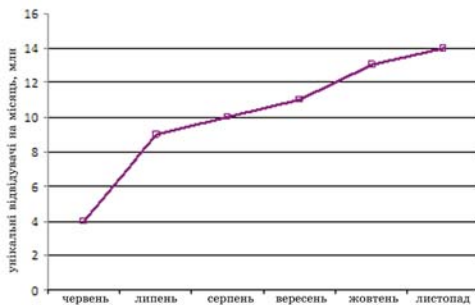


Рис. 2. Аудиторія сайтів-учасників проекту «Чисте небо»

укладаючи договори щодо постмодерації. Сайти продовжують розміщувати медіаконтент, але за запитом телеканала моніторять і самостійно прибирають унікальний контент, захист якого для каналу є принциповим. Соціальна мережа «Вконтакте» навпаки надала деяким великим компаніям-виробникам контенту («Перший канал», Ivi.ru, «СТС Медиа» та ін.) модераторські функції, що дозволяє їм самостійно блокувати піратське відео без звернення до соцмережі [10]. Водночас телеканали також виходять до сайтів з ініціативами. Після серії гучних судових справ проти сайтів, на яких незаконно демонструвався їхній контент, сьогодні багато медіахолдингів змінили стратегію боротьби та хочуть співпрацювати з Інтернет-ресурсами. Модель бартерних взаємин продемонстрували 4 найбільші медіакомпанії України, які запропонували сайтам співпрацю — меморандум в новому проекті «Чисте небо»: інтернет-ресурс може подати заявку теле-

каналу на отримання та демонстрацію його контенту легально, але основна умова — демонстрація повинна бути на плеєрі телеканалу, який також супроводжує показ в Інтернеті своєю рекламою. При цьому телегрупи керують продажами реклами в цих плеєрах і отримують весь дохід. А інтернет-майданчики зможуть заробляти на розміщенні банерної та іншої медійної реклами на своїх сторінках. На сьогодні до проекту приєдналися вже близько 50 Інтернет-ресурсів, аудиторія яких (вік від 15 до 55 років, понад 50 міст України) на листопад 2013 року становила понад 13 млн унікальних відвідувачів на місяць (Рис. 2). Ефективність цієї моделі вже підтвердила себе результатами. Якщо в 2012 році лише 15 % переглядів відео українських телеканалів було легальним, то в 2013 році ця цифра зросла до 27 %.

Можна сказати, що Інтернет породив нову культуру споживання та поширення інформації: обмін посиланнями і самими матеріалами на форумах, в блогах, соціальних мережах, перепостінг і рерайт, механізми файлообмінників та торрентів. Значне розширення каналів отримання інформації та хаотичність її поширення призводять до ситуації, в якій подібні фрагментовані інформаційні потоки ледве піддаються регулюванню. Боротися з безконтрольним поширенням контенту ЗМІ наявними законодавчими регуляторами як демонструє практика важко. Як бачимо, система регулювання поширення медіаконтенту та боротьби із порушенням у мережі постійно еволюціонує. Якщо спочатку країни зосереджували увагу на боротьбі із сайтами-порушниками, згодом тягар відповідальності за порушення був перенесений на користувачів. Неефективність запропонованих моделей змусила шукати альтернативні методи боротьби. Виробники медіа продукту зосередилися на пошуку шляхів отримання прибутку від інтер-



нет-піратства: вчорашні порушники перетворилися на партнерів через взаємовигідну економічну співпрацю. Сьогодні зусилля в цьому напрямі все більше спрямовані на політичні шляхи вирішення конфлікту спожи-

вачів і правовласників та запровадження громадянських просвітницьких ініціатив. ♦

Список використаних джерел

1. Ham Sh. *Confronting Digital Piracy, Intellectual Property Protection in the Internet Era* / Shane Ham and Robert D. Atkinson // *Progressive Policy Institute* [Electronic resource]. — Access mode : http://www.ppionline.org/documents/Digital_Copyright_1003.pdf (date of address: 10.12.2013).
2. Guillen C. M. *Media Type and Content Regulation* [Electronic resource] / C. Matthew Guillen // *Revue française d'études américaines*. — 2001/2. — № 88. — Access mode : <http://www.cairn.info/revue-francaise-d-etudes-americaines-2001-2-page-101.htm> (date of address: 6.11.2014).
3. Richards E. *Models of Media Regulation* [Electronic resource] / Ed Richards. — CEO Ofcom, 05.10.2011. — Access mode : <http://www.levesoninquiry.org.uk/wp-content/uploads/2011/11/Ed-Richards.pdf> (date of address: 10.12.2013).
4. К обществам знания: Всемирный доклад ЮНЕСКО. — Париж : Издательство Юнеско, 2005. — 226 с.
5. Decision 456/2005/EC [OJ L 79/1/29-3-2005] [Electronic resource]. — Access mode : <http://eur-lex.europa.eu/legal-content/EN/TXT/?uri=CELEX:32005D0456> (date of address: 6.11.2014).
6. *How Goggle fight piracy* [Electronic resource]. — 2014. — 26 p. — Access mode : <https://drive.google.com/file/d/0BwxyRPFduTN2NmdYdGdJQnFTeTA/view?pli=1>
7. Habermas J. *Towards a United States of Europe* Jurgen Habermas // *Sign and Sight.com*, Mar. 27, 2006, accessed Sept. 15, 2011 [Electronic resource]. — Access mode : <http://www.signandsight.com/features/676.html>. (date of address: 10.12.2013).
8. Відрізнити легальний контент можуть 26% користувачів [Електронний ресурс] // LEGALCONTENTUA. — 02/11/2014. — Режим доступу: <http://legalcontentua.com/archives/444>.
9. Open Rights Group WIKI [Electronic resource]. — Access mode : https://wiki.openrightsgroup.org/wiki/Voluntary_copyright_alert_programme. (date of address: 10.11.2014).
10. Правообладатели зачистят «ВКонтакте» Евгений Красников [Электронный ресурс] // РБК. — 22.07.2013 — Режим доступа : <http://www.rbcdaily.ru/media/562949988076944>.

Надійшла до редакції 25.11.2014 року



Афанасьева (Горская) Е. Изменения концептуальных основ авторско-правового регулирования в условиях глобализации информационного пространства. Значительное увеличение каналов получения информации и ее хаотичное распространение приводят к ситуации, когда раздробленность информационных потоков осложняет их регулирование. Автор статьи анализирует существующие модели регулирования и оценивает их эффективность в условиях трансформации медиа. Инициативы по регулированию со стороны масс-медиа показали хорошие результаты, о чем свидетельствует положительная динамика борьбы с пиратством и соотношения легального и нелегального контента в сети. Тем не менее, сам сектор СМИ все еще находится в поиске эффективных моделей сдерживания распространения нелегального контента.

Ключевые слова: медиарегулирование, пиратство, распространение нелегального медиаконтента в сети

Afanasyeva (Horska) K. Distribution of illegal mediacontent on the Internet: problems of legal regulation. The significant increase of channels for getting information and its chaotic distribution lead to the situation when the fragmented information flows are difficult to be regulated. It is difficult to struggle with the uncontrolled mass-media content distribution by means of the legal regulatory mechanisms. The fast growth of the media content distribution in the Internet requires new approaches towards its effective regulation. The author of the article provides the analysis of the existing regulatory models and evaluates their effectiveness in conditions of media transformation and changes in the priority of their distribution channels. The review of foreign innovations regarding the media content distribution shows the possibility of their adaptation to the media sector of Ukraine. The initiatives on regulation from the part of the mass-media have shown good results proved by the positive dynamics of the pirate and legal content balance in the Internet. The mass media organization representatives consider the priority not in the fight against piracy but in its gradual replacement by the legal content. Nevertheless, the environment of contemporary media is under constant change and the offered methods of the media content regulation are not the final or ideal, especially in terms of law and regulation. The sector itself is in search of new models as in order to prevent the illegal content distribution so with the aim of the sector regulation in general.

Key words: media content, media regulation, piracy, distribution of content of media on the Internet