Возможна ли победа в битве с интернет-пиратами?

Пиратский контент. Пока есть спрос, будет и предложение

Битва правообладателей с пиратами, начавшаяся, наверное, в те времена, когда авторский труд начал получать достойное вознаграждение, обрела невиданный никогда ранее накал с появлением интернета. Ещё бы – книги, музыка, видео немедленно принялись переводиться в цифровые форматы. Бери, да выкладывай. Привлекай аудиторию, зарабатывай на рекламе. И всем будет счастье – пользователям, которые забесплатно получат кучу всего интересного, владельцу портала, рекламодателям. Немного неприятно, конечно, правообладателям, которые остаются без законных авторских отчислений. Но это, согласитесь, с точки зрения пиратов, их проблемы, которые не имеют прямого отношения к успешному, хоть и нелегальному, бизнесу.

Именно большие деньги и почти полная безнаказанность лежат в основе интернет-пиратства. И, как это ни удивительно, есть кому в интеллектуальном шлеме и латах встать на защиту ущемлённых в правах авторов, создателей фильмов, книг, музыки, и всего того, что нынче называется просто "контент".

На конференции "Триколор Интенсив" для журналистов, что прошла недавно в Сочи, о том, чего удалось добиться за последние шесть лет в борьбе с пиратством, журналистам рассказал Андрей Бусаргин, руководитель департамента инновационной защиты бренда и интеллектуальной собственности Group-IB. Сегодня мы публикуем материал, подготовленный на основе этого доклада.

Разговор с журналистами Андрей начал с шутки:

> После того, как мы начали бороться с пиратством, друзей у меня нет. Всем обидно, что скачать нужный фильм сейчас всё труднее, ещё обиднее, что в этом есть и моя заслуга.

В чём разница между пиратами и правообладателями для конечного пользователя? Владельцы эксклюзивного контента открывают доступ к своим сокровищам только по подписке. Да, качество на легальных ресурсах гарантировано. Смотреть или скачивать фильмы, к примеру, здесь легко и удобно. Но рядом существуют пираты, у которых и выбор куда больше, и скачивать их удобнее, и цены ниже (да, теперь и пираты за хороший сервис берут деньги). И с этим борются защитники интеллектуальной собственности.

Когда пять процентов равны ста?

Первые кейсы по борьбе с пиратством были предложены ещё в 2012 году. Тогда о видеорынке, о дистрибуции контента только начали задумываться. Набор инструментов по блокировке был весьма скудным.

Работа шла в три этапа. Сначала, как требует закон, обращались к владельцу с требованием убрать пиратский контент и обсудить все тонкости в конструктивном диалоге. Да, были "лояльные пираты", готовые сотрудничать с правообладателями, но, конечно, были и те, кто отказывались даже обсуждать сотрудничество.

И как ни старались защитники прав дополнительно прессинговать пиратов через СМИ, большой дискуссии не было, и, безусловно, устранять получалось не всё.

На втором этапе правозащитники пытались заблокировать ресурс, причём, довольно успешно.

> Сайты переставали работать, нас боялись, и мы думали, что можем противостоять пиратскому рынку, – вспоминает те времена Андрей.
> Если блокировка затягивалась или возникали какие-то сложности, мы пытались пресечь трафик. Зачем нужен пиратский сайт, если на него никто не заходит?

В Рунете в 2012 году было порядка 1000 пиратских сайтов, и 95 процентов из этих ссылок удавалось удалять. Хороший результат. Да только оставшиеся пять процентов быстро превращались в прежние сто.

Пираты собирали всё на одном ресурсе и привлекали трафик. Только это они тогда и умели. Для раскрутки использовали поисковики и соцсети. Деньги шли от рекламодателей, системы привлечения средств не было. В любой момент рекламные агентства могли купить у них баннер и подвесить, например, за 10 тысяч рублей.

Блокировки. Эпизод I

Между тем, в августе 2013 года, были законодательно утверждены предварительно-

обеспечительные меры. Начался первый этап большой и планомерной войны.

> После того, как закон вступил в силу, у правообладателей появилась возможность в предварительно-обеспечительном порядке блокировать ссылки до того, как выигран суд, – вспоминает Бусаргин.
> Мы приезжали на телеканалы к продюсерам, говорили, что удалили 9,5 тысяч пиратских ссылок. Давайте, сделаем 500 судов. Они отвечали, что это дорого – одна госпошлина 600 рублей. Это бессмысленно. Мы убеждали предъявить претензии хотя бы к поисковикам. Добивались согласия, ехали в суд.

Добивались положительного решения. А пока ехали на трамвае обратно, ссылки создавались вновь. И стало ясно, что несмотря на первый пиратский закон результаты не поменялись. Стали очевидны и главные недостатки этого закона – заблокировать пиратов можно, но это будет дорого и долго.

Блокировки. Эпизод II

С 1 мая 2015 года в силу должна была вступить очередная версия антипиратского закона. Операторы, напуганные вечными блокировками начали писать правозащитникам: "мы понимаем, что настало время действовать. Вот вам аккаунт, убирайте сами всё, что считаете нужным".

Многие компании выразили готовность сотрудничать с правообладателями, начали писать владельцам телеканалов.

> Мы думали: победа. Тем более, что за два суда мы могли покончить с ресурсом-рецидивистом навечно, – рассказывает Бусаргин.

Вот так выглядела схема борьбы с пиратством весной 2015 года. Почти ничего не изменилось, кроме угрозы вечной блокировки.

Все, было, обрадовались, но количество пиратских сайтов выросло в десятки раз, пять процентов неустранённых досудебных нарушений, превратились в десятки тысяч сайтов.

Те, кто ушел в тень, решили, что лучше создадут сотню зеркал. А на популярных, но заблокированных ресурсах паразитируют "мастера", которые создают копии популярных ресурсов.

Схема поменялась. Пираты перестали выкладывать у себя кастомный плеер, подборки видео с mail.ru или "Одноклассников", потому что за это их можно было легко блокировать. Они начали сотрудничать с пиратскими видеосервисами.

На рынок вышли пираты 2.0. Они решили, что не будут рисковать вечными блокировками, а сделают B2B-сервис, который легко масштабировать и предложили во вновь созданный сайт вставлять их плеер, каталог сайта заполнится автоматически, подтянется реклама. За счёт распределённой инфраструктуры удастся добиться высокой скорости.

Владельцам портала вообще ни о чём не нужно беспокоиться.

Лозунг пиратов "второго поколения" был таков: "Привлекайте трафик, раскручивайтесь в поисковиках и соцсетях, остальное мы берём на себя". Создать пиратский сайт можно было за 10 минут, и это не вело к каким-либо серьёзным проблемам.

Одновременно начался бум рекламы казино. За запретную, нелегальную рекламу, и платили больше, и с рекламодателями договориться было проще.

Реклама появлялась централизованно у всех, кто поставил такой плеер. И тогда же возросло количество экранных копий, которые появились в сети в первые дни релизов в кинотеатре. Так действовали уже не пираты-одиночки, а организованные преступные группы.

Эпизод III. Атака клонов

Для того, чтобы правообладатели могли успешно противостоять зеркалам, в октябре 2017 года был принят закон о "зеркалах". Порталы, соответствующие определённым критериям, могли получить вечную блокировку.

> Но прежде, чем заблокировать "зеркало", надо было получать в судах разрешение на блокировку оригинала, и это было по-прежнему долго и дорого, – вспоминает Андрей.
> Зато появилось много вечных блокировок и сайтов, которые блокируются по критерию зеркал, т.к. они схожи друг с другом.

Но из-за того, что сайт создать легко, их появилось великое множество.

Старые бренды умерли, появились новые, не подпадающие под понятие "зеркала". Сайты расплодились, новых игроков стало много.

Пиратский рынок вырос до 85 миллионов долларов. Это на 25 процентов больше, чем в 2016 году. Трафик тоже вырос. Это почти 10 миллиардов намерений получить доступ к пиратскому контенту. Выросла и CPN – стоимость рекламных показов.

Эпизод IV. Меморандум против "Весёлого Роджера"

Начало четвёртого эпизода относится к ноябрю 2017 года, когда был принят Антипиратский меморандум.

Антипиратский меморандум позволяет пресекать трафик, идущий на портал.

До сих пор основным способом раскрутки была оплата поисковой выдачи. Все искали нужные ресурсы в поисковиках. Любимые сайты ушли в прошлое и любители пиратского контента искали нужный контент там, где он найдётся.

> Мы договорились с основными игроками, что будем исключать пиратов из выдачи, – рассказывает Андрей Бусаргин.
> Результаты были так себе, не очень. Больше всего контента содержали ресурсы, на которые было направлено максимальное количество ссылок. Речь идёт даже не о десятках, а о сотнях тысяч ссылок, и то малое количество, которое мы удаляли, никак на них не влияло. А некоторые ресурсы мы вообще никак не могли задеть. При этом, количество ссылок только росло. Мы, видимо, удаляли не то, что давало основной трафик. Нужно было автоматизировать поиск ссылок, резко увеличивать их количество, которые мы отправляли в меморандум. Счёт шёл на минуты.
>
> В 2018 году срок меморандума истёк, не все сразу успели присоединиться. Поэтому на рынок это никак не повлияло.

Но рост намерений впервые замедлился на 10 процентов, хотя и перевалил 10 миллиардов. При этом ещё сильнее замедлился рост рынка, потому что упал CPN – казино начали блокировать.

В 2018 году поисковики включили механизм по борьбе с агрессивной рекламой и у владельцев сайтов возникла дилемма – либо качественно раскрутиться, либо быстро заработать. И они старались больше раскручиваться, чем зарабатывать.

Эпизод V. Год меморандума

Летом 2019 года ситуация стала переломной. Правообладатели отправили в реестр отправлено более 600 тысяч ссылок, среди которых были и уникальные. Уникальное воздействие портала – это 382 тысячи ссылок за год, и повлияло на рынок.

Трафик начал проседать. Больше половины сайтов не показывается в поисковике. Емкость пиратского рынка перестала расти, количество желающих скачать пиратский контент осталось на прежнем уровне, у пиратов сильно упал заработок. Количество намерений сократилось, правда, всего на 0,06 процента.

Результаты действия Антипиратского меморандума не так скромны, как кажется многим. Во-первых, в результате применения Меморандума не все ссылки приводят теперь к пиратскому контенту. Если раньше люди заходили на пиратский сайт, даже если там не работал плеер и прокручивали рекламу, то теперь 15 процентов пиратов вообще не получают с намерения просмотров рекламы. Резко снизилась CPN. Ушли с рекламного рынка запрещённые букмекеры казино.

> Мы контролируем ситуацию и видим, что пиратское сообщество внедрило своих разведчиков. Они оценивают, можно ли и куда вложить рекламные бюджеты,- отмечает Бусоргин.
> Теперь пираты знают, где их заблокирует Роскомнадзор, и понимают, что потом он на какое-то время "забудет" их разблокировать. Это тоже делается специально, чтобы пираты не связывались с запрещённой рекламой.

В 2015 году говорили о том, что нелегальные компании рекламируются на пиратских сайтах и таким образом содействуют пиратству. Теперь ситуация такова: легальные игроки рекламируются на нелегальных рынках. При этом Азино и другие запрещённые ресурсы ушли с места главного рекламодателя. Именно поэтому упали CPN и трафик, что дало треть падения в выручке пиратских ресурсов. Мы вернулись в 2015 год, когда доходы пиратов составляли порядка 65 миллионов долларов.

Казалось бы, абсолютное оружие изобретено. Пираты пусть медленно, но сдают свои позиции.

Гидра с множеством голов

"Кризис Тортуги" наступил в 2019 году. В феврале был составлен отчёт о том, что видеопираты процветают. В документе было сказано рассказали, где они располагаются, какие сервера, сколько зарабатывают, какое количество контента у них есть, что три главных CDN-сервера находятся в Нидерландах.

На отчёт обратила внимание, в частности, ассоциация, в которую входят все главные сети и полиция Нидерландов. Полиция взялась за дело, и вскоре три крупнейших пиратских ресурса были заблокированы. Казалось бы: вот оно! Победа близка.

Но пираты быстро нашли выход. Они обратились к услугам видеобалансеров, перераспределились на более мелкие плееры, которые продолжают работать. (Видеобалансер – это база в которой размещены фильмы/сериалы с возможность взять код для размещения видео на своем сайте). Таким образом, падение крупных CDN не особенно повлияло на трафик пиратского рынка.

Более того, активизировалась преступная группировка, которая снимает экранные копии фильмов в день релиза, быстро готовит качественный русский перевод и выпускает краденые фильмы на российский пиратский рынок ещё до начала показа фильма в кинотеатрах.

"Премьерой" этой группировки стала кража фильма "Джокер", который появился на странице новых пиратов в Telegram за несколько дней до официальной премьеры в России.

Все, кто решили раньше всех и бесплатно посмотреть новый фильм, обнаружили на портале солидную базу фильмов. Схема кардинально изменилась, а на место прежних игроков пришёл новый поставщик пиратского контента, сильнее и страшнее прежних, и уверенно занимает их место.

Рынок мгновенно и кардинально поменялся. Теперь к услугам любителей пиратских копий уже не просто несколько стоек серверов в Амстердаме, а распределённая инфраструктура, которую почти невозможно блокировать.

Получается, что конца борьбе с пиратством не предвидится? Отнюдь. О том, что готовы противопоставить любителям чужого контента правозащитники – в следующей нашей публикации.