



t.me/rvomega

# ИСПОЛЬЗОВАНИЕ ГЕНЕРАТИВНОГО ИИ ДЛЯ СОЗДАНИЯ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО И ЛЮБИТЕЛЬСКОГО КОНТЕНТА: ОСОБЕННОСТИ И ПРАВОВЫЕ ПРОБЛЕМЫ

# ПРОБЛЕМЫ ПРИ ИСПОЛЬЗОВАНИИ ГЕНЕРАТИВНОГО ИИ



Отсутствие возможности точно установить, из каких именно источников были заимствованы включенные в контент элементы – необходимость оценки результата как возможно производного произведения



Размытие критерия творчества – конкретный результат работы не может быть предсказан пользователями



Отсутствие принципов определения, кого именно и в каких случаях можно считать авторами и правообладателями получающихся текстов, изображений и других результатов

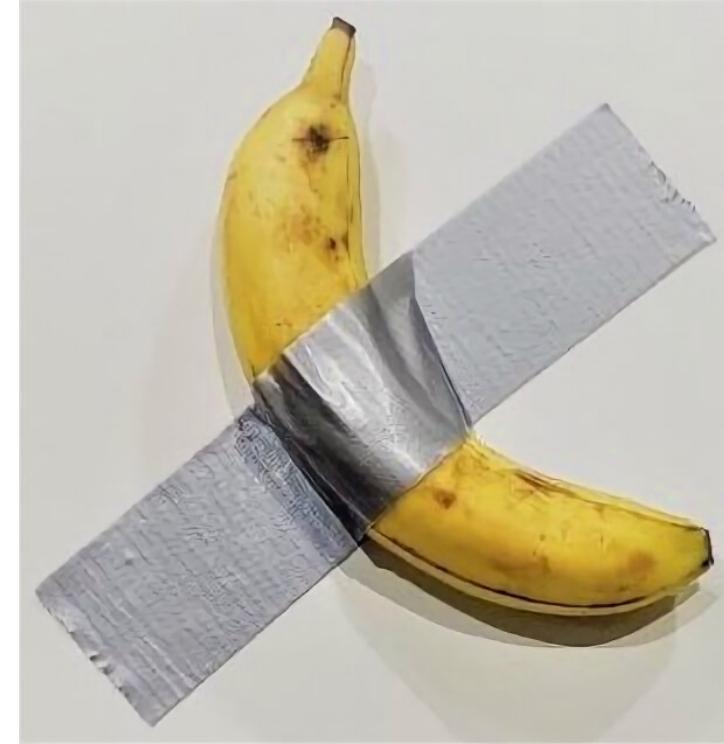
# ЛЮБИТЕЛЬСКИЙ КОНТЕНТ 1/2



**\$ 432k**

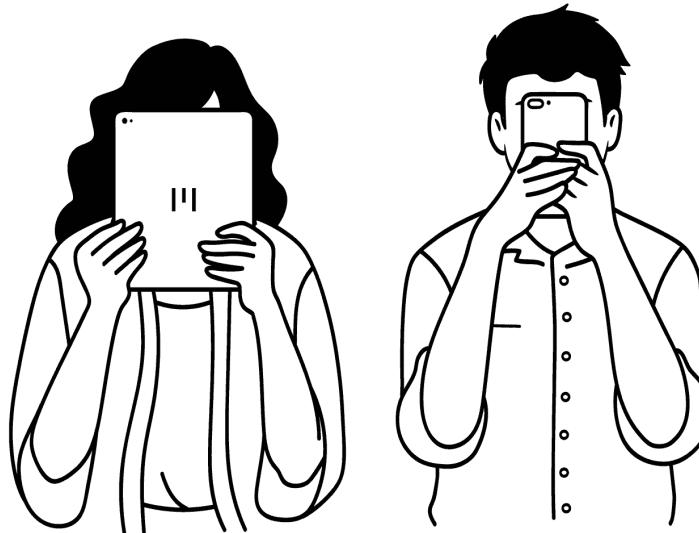
“Портрет Эдмона де Белами”  
© Generative Adversarial Networks

**\$ 120k**



“A Perfect Day”,  
© Маурицио Каттелан, 1999

Ценность результатов, созданных генеративным ИИ, не сопоставима с ценностью произведений



Творчество заменяется формулированием инструкций

Используемая LLM методология создания «выходных данных» уменьшает их оригинальность

Функции человека сведены к функциям Заказчика

Правовая охрана результатов, созданных ИИ на основе сформулированных инструкций человека противоречит целям права – защите результатов творчества человека.

Задача – создать систему информирования пользователей о контенте, созданном ИИ

# ПРОФЕССИОНАЛЬНЫЙ КОНТЕНТ

При создании профессионального контента авторы как правило выходят за границы только формулирования инструкций для ИИ, а значит – вносят творческий вклад в создание результата интеллектуальной деятельности. У автора в голове есть **видение результата**, к которому он стремится, используя ИИ в качестве инструмента, а, значит, есть и творчество.

Постановление Суда по интеллектуальным правам от 18.10.2023 N C01-1716/2023 по делу № A40-182810/2022

при анализе рекламного объявления состоящего из более, чем 100 слов, квалифицированного как сообщение информационного характера – СИП указал на необходимость определить, потребовало ли создание данной публикации индивидуальных творческих усилий, превышающих по своему уровню то, что **для среднего журналиста** представляет собой простую механическую работу



Заказчик (работодатель) всегда заинтересован в чистоте прав с целью максимизации последующих доходов от использования РИД. Необдуманное использование генеративного ИИ может привести к:

C

1.

Обвинению в контрафакции

C

2.

Квалификации созданного РИД как производного или составного произведения

C

3.

Разрушению целостности прав на сложный объект – АВП (особенно анимационные фильмы)

Перед бизнесом стоит серьезная дилемма – исключить риски и увеличить расходы и сроки производства продукции или принимать риски, разрешая творцам широко использовать генеративный ИИ.

# Соглашение Гильдии сценаристов США (WGA) с Альянсом продюсеров кино и телевидения (AMPTEP)

- ИИ не может писать или переписывать литературные материалы, а материалы, созданные ИИ, не будут считаться исходными материалами (произведением для переработки).
- Автор может использовать ИИ при оказании писательских услуг, если компания согласна и при условии, что автор соблюдает применимые правила компании, но компания не может требовать от автора использования программного обеспечения ИИ (например, ChatGPT) при оказании писательских услуг.
- Компания должна сообщить автору, если какие-либо материалы, предоставленные автору, были созданы искусственным интеллектом или содержат материалы, созданные искусственным интеллектом.
- Использование материалов сценаристов для обучения ИИ запрещено.



# Отраслевые стандарты использования ИИ в печати и книгоиздании

## ПРИНЦИПЫ ИСПОЛЬЗОВАНИЯ ИИ:

- ИИ не должен заменять журналиста / автора, в том числе в сборе, оценке, систематизации фактов.
- Наличие договора с разработчиком систем ИИ.
- Любой output = непроверенный исходный материал.
- Отказ от использования дипфейков и технологий изменения фото-, видео и аудио (по крайней мере в СМИ).
- Не вводить конфиденциальную информацию в инструменты ИИ.
- Проверка поступающего материала на предмет контента, созданного ИИ, в том числе определение источника контента, обратный поиск по изображениям и т.п.

## ПРАВИЛА ИСПОЛЬЗОВАНИЯ ИИ В РЕДАКЦИИ:

- В целях поиска (но требует верификации).
- Эксперименты с заголовками.
- Summary.
- Data analysis – требует верификации редактора.
- Иллюстрации – в зависимости от внутренней политики издания.
- Факт-чекинг - только ИИ не является надежным способом.
- Не вводить в инструменты ИИ персональные данные и охраняемый контент!!



# ВЗАИМООТНОШЕНИЯ АВТОРОВ С ВЛАДЕЛЬЦАМИ СИСТЕМ ИИ

Вопрос соблюдения и правильного использования пользовательских соглашений / публичных оферт на использование различных систем ИИ.

Положения таких документов **не отличаются единообразием**.

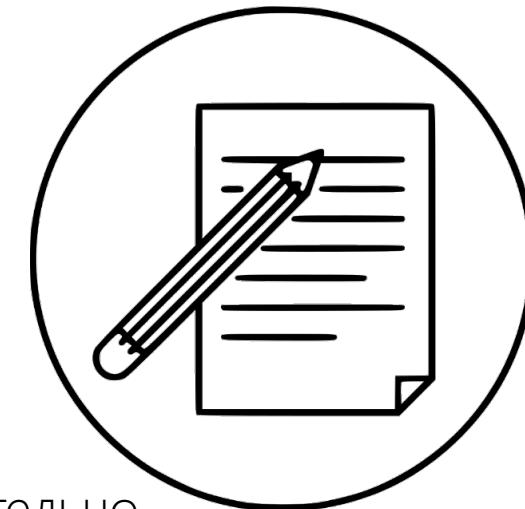
## MIDJOURNEY

- необходимость подписки на план "Pro" или "Mega", чтобы владеть Своими активами для компаний или сотрудников компаний с доходом более 1 млн. USD в год.

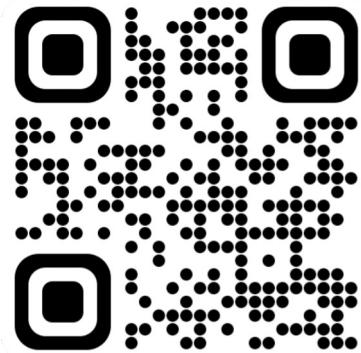
## «НИКОЛАЙ ИРОНОВ»

- права на сгенерированные пользователем элементы айдентики предоставляются пользователю на условиях исключительной лицензии со сроком действия на весь срок охраны исключительных прав и территорией использования весь мир с момента их отображения в аккаунте пользователя.  
<https://ironov.artlebedev.com/ru/>

**OpenAI** сознательно дистанцируется от обладания правами на вводимые и выводимые данные, а **Midjourney**, напротив, требует предоставления от пользователей бессрочной, всемирной, неисключительной, сублицензионную, безвозмездной, безотзывной лицензии на контент, который вводится в Сервис либо создается с помощью Сервиса



- дополнительные задачи юристам по обеспечению правомерного использования контента и выполнению условий договоров с заказчиками и лицензиатами.
- необходима разработка договорных механизмов, контролирующих использование ИИ в работе, согласование использования конкретных версий, проверки возможных ограничений, представления заказчику промежуточных результатов («выводных данных») для оценки творческого вклада автора.
- Для генерируемого ИИ контента, как правило, невозможно без дополнительного анализа достоверно установить, использованы ли в нем охраняемые авторским правом, не нарушены ли тем или иным образом права третьих лиц (использование изображений физических лиц без их согласия, товарных знаков, клеветнические утверждения, оскорблений и т.п.).
- Проведение такого анализа может сделать контент более дорогостоящим, чем его создание традиционными способами, как это не парадоксально звучит.



[t.me/pbomega](https://t.me/pbomega)

Спасибо за  
внимание!

УВАРКИН  
Геннадий Игоревич,  
К.Ю.Н.,  
Генеральный директор  
Правового бюро «Омега»  
[uvarkingi@pbomega.ru](mailto:uvarkingi@pbomega.ru)