

Звіт

ANTI-PIRACY: MUSIC



Звіт

Національної інформаційної кампанії проти порушень в музичній індустрії ANTI-PIRACY: MUSIC

Підготовлено Центром спостереження з питань
порушень прав інтелектуальної власності УКРНОІВІ

**ANTI-PIRACY:
MUSIC**
НАЦІОНАЛЬНА КАМПАНІЯ ПО БОРОТЬБІ З
ПІРАТСТВОМ ТА КОНТРАФАКТОМ В ІР СФЕРІ

Зміст

1. Вступ
2. Передумови
 - 2.1. WORLD IP DAY “IP and music: Feel the beat of IP” від WIPO
 - 2.2. IP WEEK 2025 “ВідЧуй своє” від УКРНОІВІ
3. Стратегія інформаційної кампанії
4. Структура та зміст інформаційної кампанії
 - 4.1. Тема “Музика та порушення”
 - 4.2. Тема “Коли потрібен дозвіл, а коли ні?”
 - 4.3. Тема “Музичне піратство: поняття, вплив, наслідки”
 - 4.4. Тема “Музичне піратство: де легально музику?”
 - 4.5. Тема “Як штучний інтелект впливає на музику”
 - 4.6. Тема “Як музиканту захистити свої права”
 - 4.7. Флешмоб #СлухайЛегально
 - 4.8. Опитування
 - 4.9. Висвітлення на заходах та в ЗМІ
5. Аналіз залученості аудиторії
6. Результати та оцінка ефективності

1. Вступ

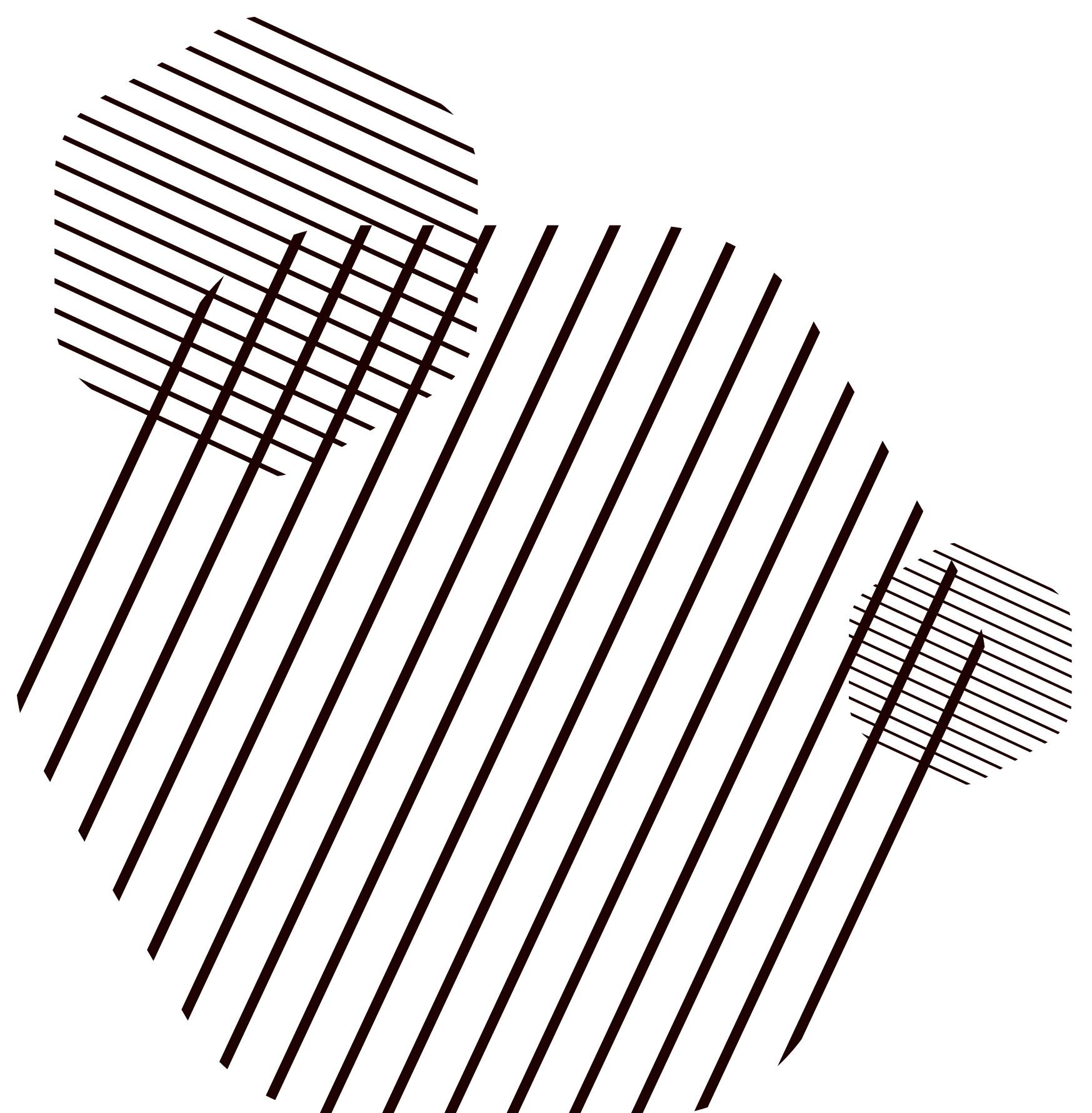
Музиканти в Україні часто зіштовхуються з нелегальним поширенням своїх творів на піратських онлайн-платформах, що призводить до втрати прибутку й порушення авторських прав. Низька правова обізнаність користувачів і складність захисту прав у цифровому середовищі створюють додаткові виклики для авторів та виконавців.

З метою підвищення у суспільстві культури та поваги до прав інтелектуальної власності на музичні твори, до творчої діяльності музикантів, а також підвищення обізнаності музикантів щодо захисту своїх прав, в Україні було проведено Національну інформаційну кампанію проти порушень у музичній індустрії – ANTI-PIRACY: MUSIC (далі – Інформаційна кампанія).

Період проведення Інформаційної кампанії: травень-липень 2025 року.

Інформаційну кампанію проведено на базі Центру спостереження з питань порушень прав інтелектуальної власності (Центр спостереження IPR) із активною залученістю інших департаментів УКРНОІВІ, представників лейблів, ІР професіоналів та творців.

Цей Звіт має на меті висвітлення основних цілей, завдань та стратегії Інформаційної кампанії, а також привернення уваги до проблеми порушень у музичній індустрії. Зокрема, у Звіті представлено ключові матеріали, аналітику, приклади поширених порушень, комунікаційні інструменти, а також результати проведення Інформаційної кампанії ANTI-PIRACY: MUSIC та її вплив на формування правової культури у суспільстві.



2. Передумови

2.1. WORLD IP DAY “IP and music: Feel the beat of IP” від WIPO

У 2025 році Всесвітня організація інтелектуальної власності (WIPO) присвятила Всесвітній день інтелектуальної власності темі музики – "IP and Music: Feel the Beat of IP". Захід показав, яку важливу роль відіграє інтелектуальна власність у створенні, захисті та розвитку музики в усьому світі.

Цьогорічна тема відкрила дискусії про авторські права, порушення прав в музичній індустрії, нові виклики для виконавців і продюсерів, а також про справедливу винагороду за творчість. У рамках ініціативи говорили про те, як працює ліцензування музики, які існують шляхи монетизації, і чому важливо реєструвати свої права.

Особливу увагу приділено цифровим технологіям – стримінговим платформам та соцмережам, які сьогодні є ключовими каналами поширення музики.

У межах кампанії було проведено міжнародний відеоконкурс для молоді під назвою “Tuning in with the music of innovation and creativity”, у якому взяли участь учасники з 62 країн та було подано понад 127 заявок.



Також акцент було зроблено на платформі CLIP (Creators Learn Intellectual Property) - онлайн-ресурсі, створеному в межах ініціативи WIPO for Creators. Цю ініціативу було засновано WIPO у співпраці з Music Rights Awareness Foundation з метою надання авторам, музикантам та іншим представникам креативних індустрій знань про авторське право, ліцензування, монетизацію та захист своїх прав. Платформа побудована за принципом «від творців – для творців» і покликана допомогти користувачам приймати поінформовані рішення та отримувати справедливу винагороду за свою творчість.

Відзначення Всесвітнього дня інтелектуальної власності 2025 року, присвяченого музиці, охопило понад 60 країн. У різних регіонах світу відбулися тематичні події, зокрема у Бразилії, Нігерії, Алжирі, США, Франції та інших. Вони включали інформаційні кампанії, творчі зустрічі та публічні обговорення, присвячені захисту авторських прав у музичній індустрії.

Всесвітній день інтелектуальної власності 2025 року не лише звернув увагу на проблеми в індустрії, а й надихнув творців на нові ідеї та рішення. Кампанія допомогла підкреслити: інтелектуальна власність – це основа сталого розвитку музики, її різноманіття та економічного зростання для всієї креативної спільноти.

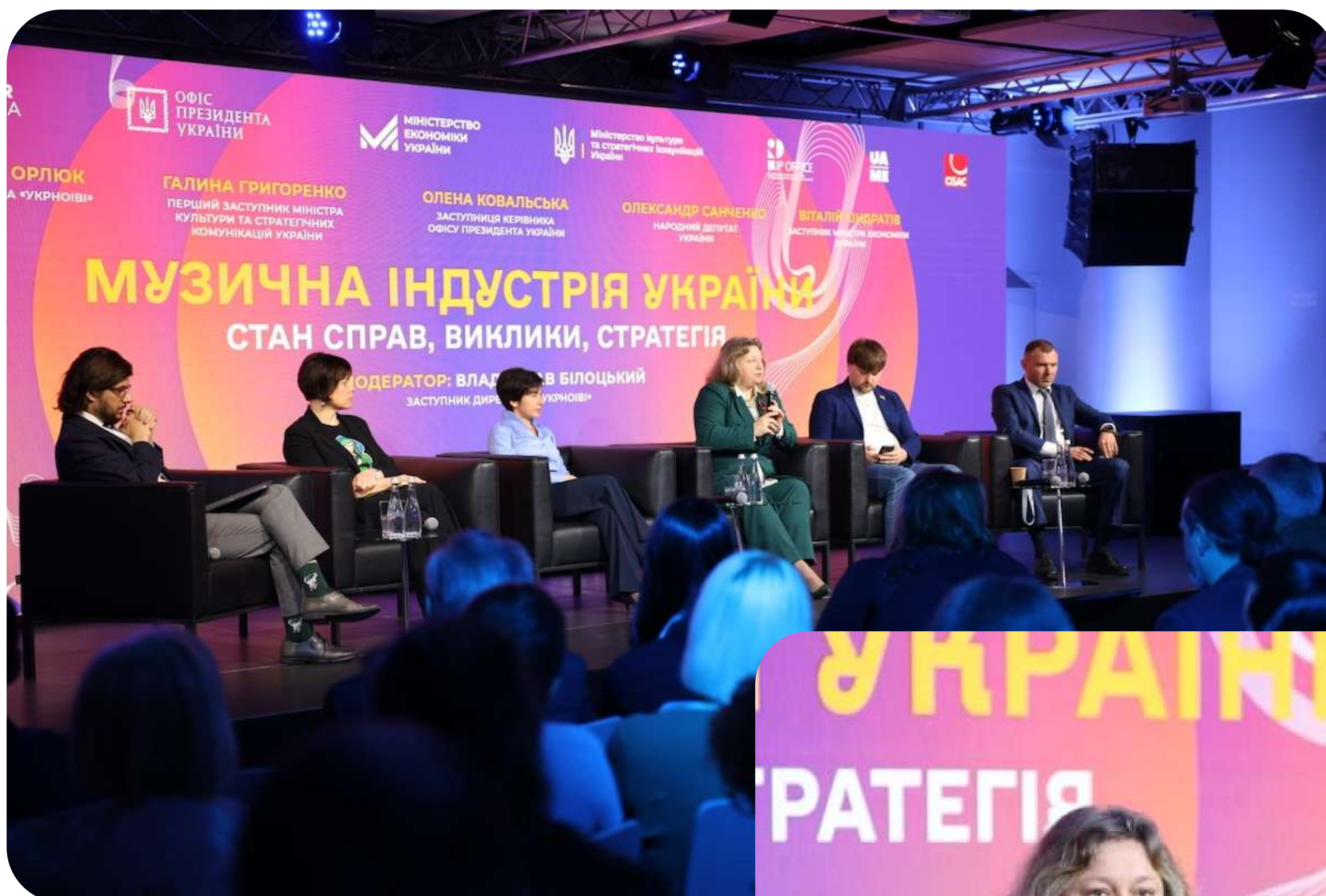
2.2. IP WEEK 2025 “ВідЧуй своє” від УКРНОІВІ

УКРНОІВІ долучився до святкування World IP Day, організувавши IP WEEK 2025 під гаслом “ВідЧуй своє”. Основна увага зосереджена на підтримці україномовного музичного контенту, інновацій у сфері музики, її монетизації та правового захисту творчості.

У межах ініціативи створено спеціальний [онлайн-сервіс “IP in music”](#) на сайті IP офісу. Тут зібрано практичну інформацію про інтелектуальну власність в музичній індустрії: як захистити музику, легально її споживати та чому це має значення для розвитку індустрії.

Серед доступних матеріалів:

- Гайд [“Інтелектуальна власність та музика. Відчуй ритм інтелектуальної власності”](#), розроблений Українською IP Academy для широкого кола читачів;
- Квіз “Торговельні марки, які звучать” – інтерактивний аудіотест про звукові ТМ;
- IP стрим [“Слухай українське. Захищай українське”](#) – відкритий діалог із зірками, індустрією та юристами;
- Вебінар [“Музична еволюція: правові, інноваційні та креативні тренди”](#) у межах ініціативи Talking about my idea (TISC);
- Всеукраїнські стрими “IP&Music. Відчуй ритм інтелектуальної власності” від Української IP Academy – [для учнів 9–11 класів та вчителів школи](#), а також [для студентів та викладачів вищої освіти](#).
- [“Винахідливі.UA”](#) про унікальні приклади музичної IP – гітари-трансформери, іменні інструменти, торговельні марки та патенти;
- Звукові торговельні марки: аудіотека заявлених і зареєстрованих звукових ТМ в Україні (1992–2024).



Кульмінацією тижня став Національний форум-діалог [“Українська музична індустрія: слухай, захищай своє”](#), проведений спільно з Офісом Президента України, Міністерством економіки, Міністерством культури та стратегічних комунікацій, УКРНОІВІ.

3. Стратегія інформаційної кампанії

Мета

Головна мета Інформаційної кампанії – підвищення рівня обізнаності українського суспільства щодо важливості дотримання прав інтелектуальної власності у музичній сфері, формування поваги до авторських і суміжних прав музикантів, продюсерів, лейблів та інших правовласників, сприяння розвитку культури легального споживання музичного контенту, а також підвищення обізнаності творців щодо захисту своїх прав..

Завдання

- 1.Інформування широких верств населення про проблематику порушень прав інтелектуальної власності у музичній індустрії.
- 2.Системне висвітлення обраних тем за допомогою сучасних комунікаційних інструментів.
- 3.Створення платформи для взаємодії всіх зацікавлених сторін: правовласників, користувачів, державних установ, громадських організацій та бізнесу.
- 4.Популяризація відповідального ставлення до музичного контенту серед споживачів та поширення практик легального використання музики.
- 5.Формування нульової толерантності до порушень прав інтелектуальної власності у цифровому середовищі.

Цільова аудиторія

Інформаційна кампанія орієнтована на широку аудиторію, зокрема:

- музикантів, авторів, виконавців, продюсерів та інших учасників індустрії;
- слухачів музики – як користувачів ліцензійних сервісів, так і тих, хто споживає контент з неавторизованих джерел;
- працівників медіа, блогерів, закладів культури, представників освітньої сфери.

Матеріали кампанії розроблені з урахуванням специфіки кожної групи, що дозволяє ефективно донести основні повідомлення та наслідки незаконного використання музичних творів.

Канали комунікації

Для забезпечення широкого охоплення та ефективної комунікації з аудиторією, Інформаційна кампанія реалізувалася через такі канали:

- [офіційний сайт IP Офісу](#);
- соціальні мережі IP офісу ([Facebook](#), [Instagram](#), [YouTube](#));
- [Facebook Центру спостереження IPR](#).

Інструменти реалізації кампанії

У межах інформаційної кампанії застосовуються такі інструменти поширення матеріалів:

- відеоролики та тематичні інформаційні картки;
- інтерв'ю з представниками музичної індустрії та експертами з права;
- участь у тематичному форумі та організація спеціалізованого вебінару;
- опитування аудиторії з метою визначення рівня обізнаності та споживання музики;
- публікації аналітичних статей та гайдів;
- запуск музичного флешмобу.

4. Структура та зміст інформаційної кампанії

1 травня у межах національного форуму-діалогу “Українська музична індустрія: слухай, захищай своє” відбулася презентація запуску національної інформаційної кампанії “ANTI-PIRACY: MUSIC”.



“Сьогодні ми відкриваємо надзвичайно важливу сторінку для української музики, оголошуючи старт національної інформаційної кампанії “ANTI-PIRACY: MUSIC”. Ця кампанія — наш спільний заклик до поваги. Поваги до творчості, до прав тих, хто створює музику, до праці, яка, хоч часто й невидима, формує наші емоції, нашу ідентичність, наш культурний простір.”

Заступник директора УКРНОІВІ
Владислав Білоцький

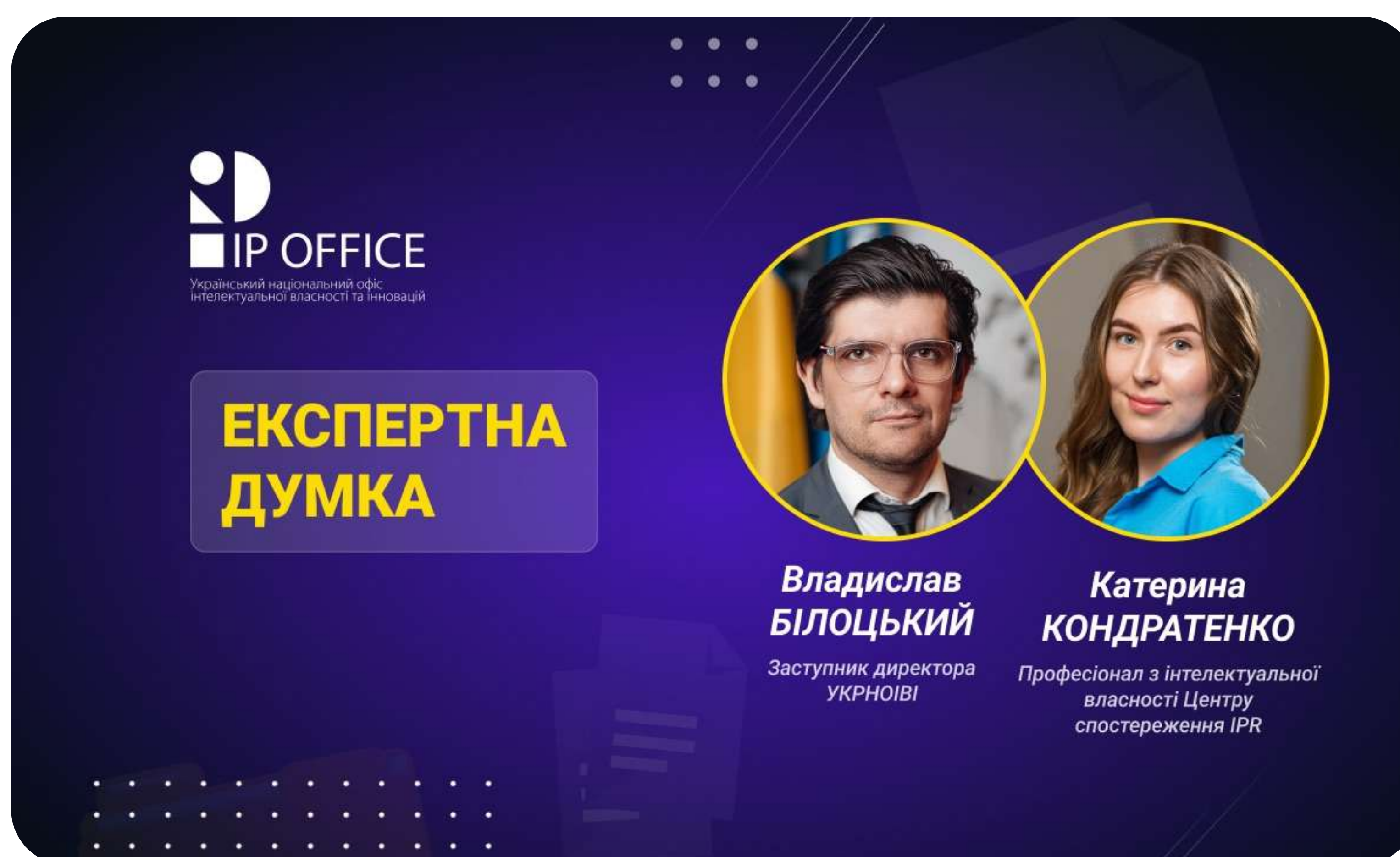
Окрім цього, було опубліковано [опитування просвітницького характеру “Музика і право: обізнаність та поведінка слухачів в Україні”](#), що присвячене музичній індустрії та праву інтелектуальної власності, для популяризації якого було підготовлено відеозвернення заступника директора Владислава Білоцького із закликом долучитися до участі.

Завдання опитування:

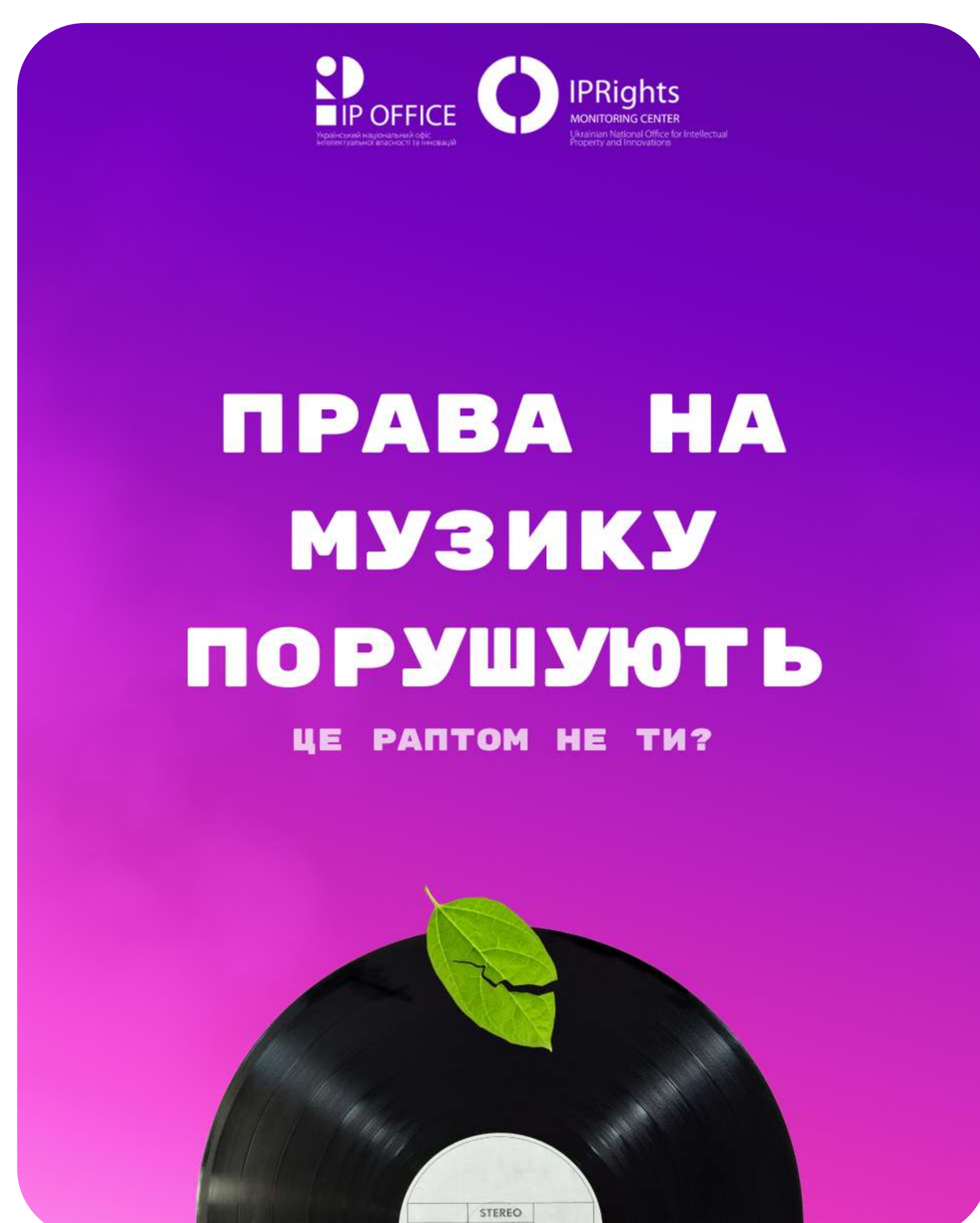
- з'ясувати, чи розуміють слухачі суть авторського права і суміжних прав;
- дослідити основні джерела, з яких українці слухають музику;
- встановити, наскільки поширене нелегальне використання контенту;
- проаналізувати ставлення до платних сервісів, ліцензій та підтримки артистів.

4.1. Тема “Музика та порушення”

У межах першого тематичного блоку інформаційної кампанії було зосереджено увагу на порушеннях у сфері музичних творів. Метою стало окреслення основних видів порушень прав інтелектуальної власності, притаманних цій галузі, а також підвищення обізнаності громадськості щодо їх правових наслідків.



За цією темою було опубліковано експертну думку на тему: **“Порушення прав інтелектуальної власності на музичні твори: правовий аналіз”**, авторами якого стали заступник директора Владислав Білоцький та ІР професіонал Центру спостереження IPR Катерина Кондратенко. У статті розкрито правовий статус музичних творів в Україні, а також проаналізовано найпоширеніші типи порушень, що фіксуються в сучасній практиці.



Інформаційні картки “Права на музику порушують”

Для візуалізації ключових аспектів теми була створена серія інформаційних карток, у яких акцентовано увагу на таких основних порушеннях:

- плагіат;
- музичне піратство;
- публічне виконання без дозволу;
- незаконне використання імені чи псевдоніма автора чи виконавця;
- спотворення твору або створення похідного твору без дозволу, що може порушувати право на недоторканність твору.

Крім того, для залучення ширшої аудиторії та ілюстрації теми на прикладах було підготовлено спеціальні дописи:



Інформаційні картки “Плагіат на Євробаченні”

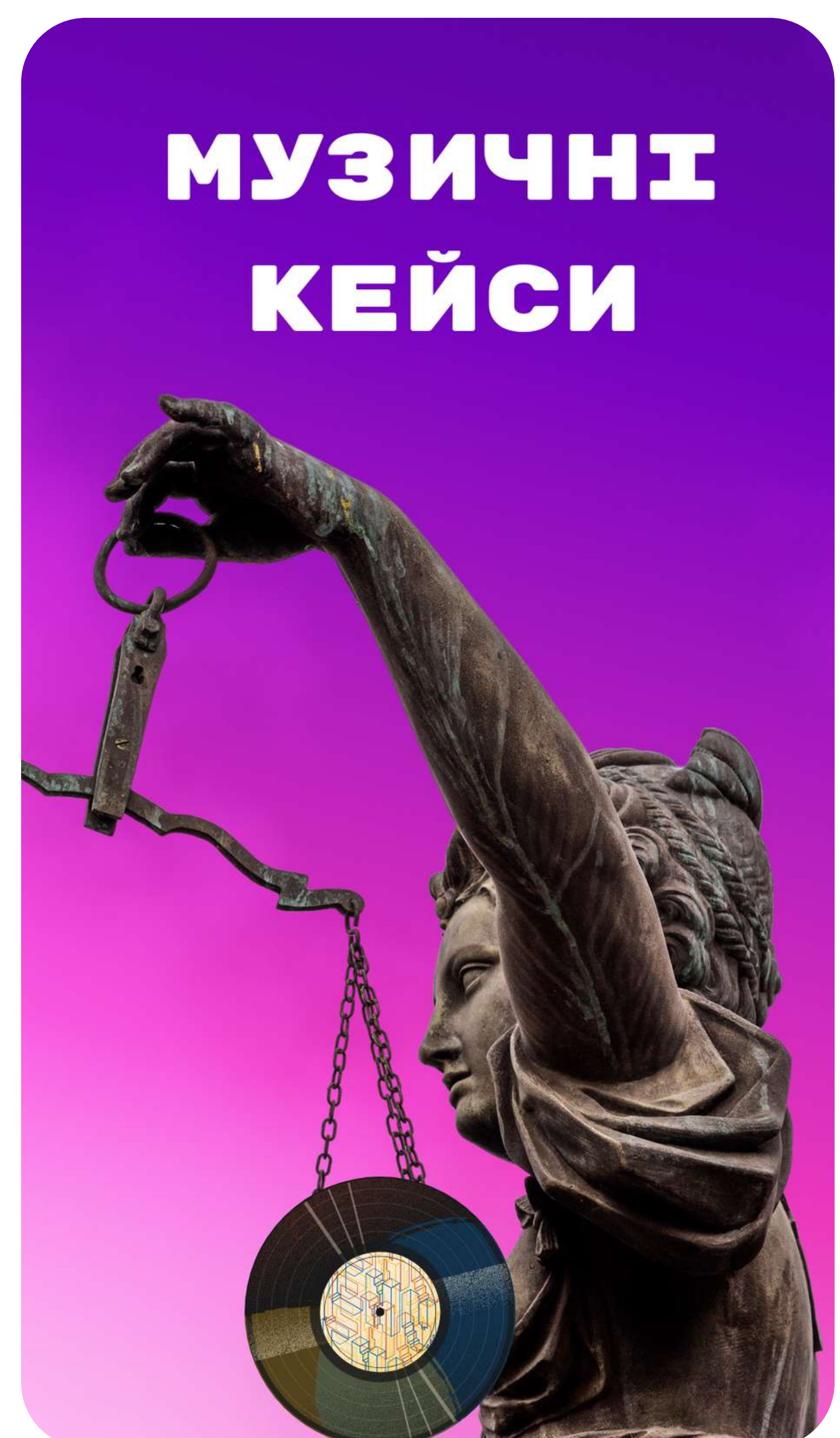
У них було висвітлено правила Євробачення щодо авторських прав, наведено приклади резонансних правових спорів, пов'язаних із плагіатом, та розкрито, як міжнародні конкурси реагують на подібні порушення.

Відео “Музичні кейси”

Короткий огляд трьох відомих справ, які стали прикладами порушення прав у музичній сфері:

- судовий спір між Віталієм Козловським та його колишнім лейблом щодо прав на виконання пісень;
- позасудове врегулювання конфлікту навколо кавер-версії, створеної Jerry Heil, на пісню Imagine Dragons;
- незаконне використання сценічного імені DZIDZIO третіми особами без згоди правовласника.

Ці спецматеріали стали ефективним інструментом для популяризації теми, зробивши її доступнішою для широкої аудиторії.



4.2. Тема “Коли потрібен дозвіл, а коли ні?”

У межах кампанії було висвітлено важливу тему: коли для використання музики потрібен дозвіл правовласника, а коли – ні. З цією метою підготовлено серію інформаційних карток у форматі “питання-відповідь”, які у доступній формі пояснюють правові аспекти використання музичних творів.

Зокрема, йдеться про виконання творів, що стали суспільним надбанням, створення перекладів чи аранжувань, використання записів оркестрів, трансляцію музики у кав'ярнях та інші випадки. Також роз'яснено, хто саме є правовласником і чим відрізняються авторські та суміжні права.



Коли потрібен дозвіл на музику, а коли ні?

питання та відповіді

Q&A

Q | **ЧИ МОЖУ Я ЗІГРАТИ НА КОНЦЕРТІ
“ЩЕДРИКА” ЛЕОНТОВИЧА?**

A | Так. Якщо автор помер понад 70 років тому, твір є суспільним надбанням. Будь-яка особа може виконувати музичний твір такого автора. Те ж стосується і текстів.

Окрема увага приділена виняткам, коли музику можна використовувати без дозволу – наприклад, у межах освіти, цитування чи для приватного прослуховування. Крім того, порушено тему відкритих ліцензій, таких як Creative Commons, і наведено приклади легальних ресурсів для пошуку музики.

Матеріали орієнтовані насамперед на музикантів, контент-креаторів, організаторів заходів та всіх, хто регулярно працює з музичним контентом.

Відео “Історія пісні Happy Birthday”

З метою посилення розкриття теми було підготовлено відео про історію створення пісні Happy Birthday. На конкретному прикладі розкрито ключові аспекти правового статусу музичних творів: поняття суспільного надбання, передача прав за договорами, а також складові елементи музики, які можуть охоронятися.

Відео стало наочним і зрозумілим поясненням складних юридичних понять у доступній формі.



IP гайд для бізнесу

У межах кампанії УКРНОІВІ оприлюднив практичний посібник **“IP гайд для бізнесу: законне використання музики”**, розроблений Центром спостереження IPR у партнерстві з музичним лейблом **pomitni**.

Гайд створено для власників і керівників бізнесу, які використовують музику у своїй діяльності, але не мають спеціальної освіти в галузі інтелектуальної власності. Матеріал подано простою мовою, з прикладами, практичними порадами та поясненням базових термінів.

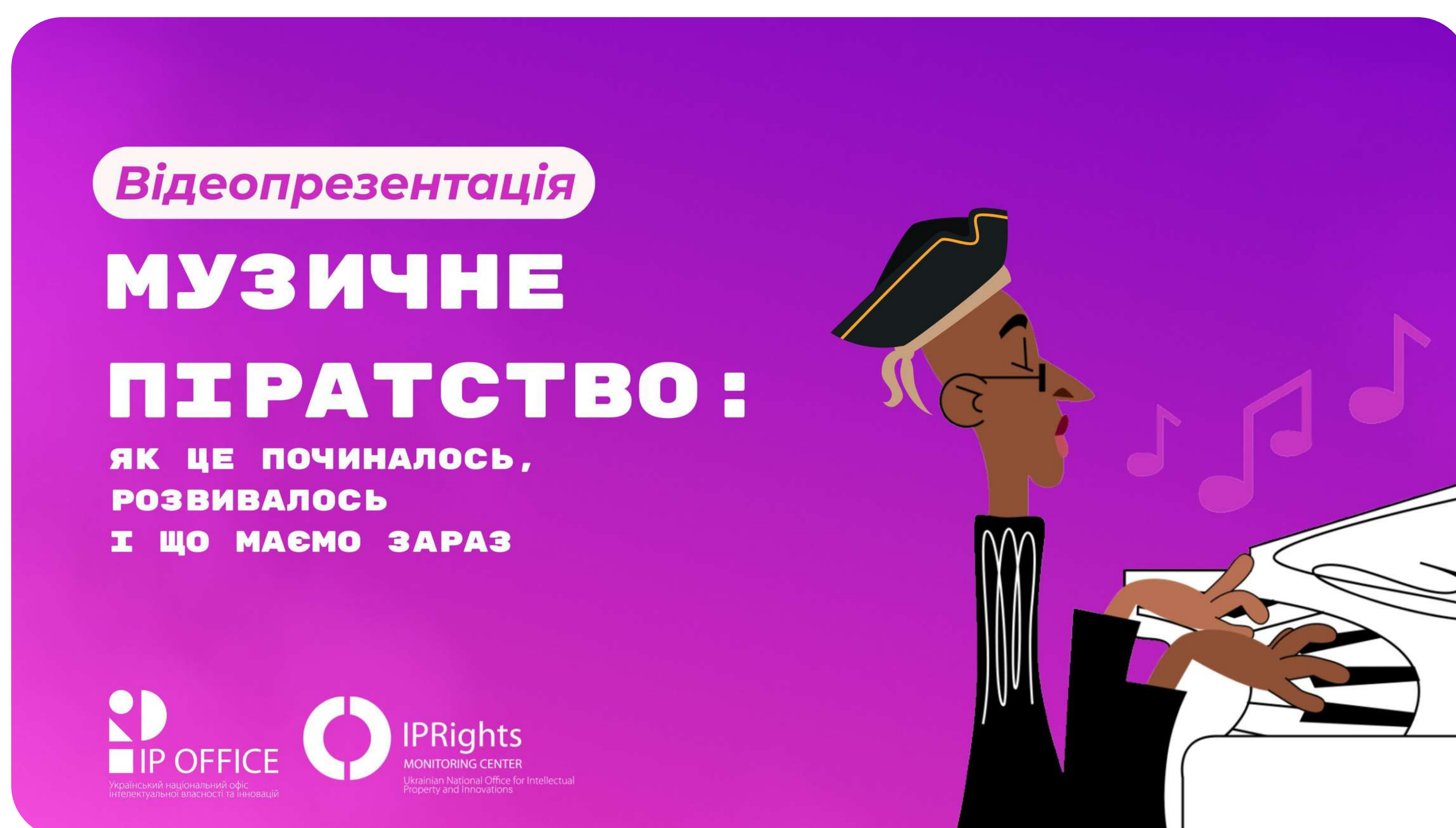
У гайді, зокрема, роз'яснюється:

- що таке ліцензована музика і в яких випадках потрібно отримати дозвіл;
- які типи ліцензій потрібні залежно від формату використання (публічне виконання, синхронізація, механічне відтворення тощо);
- де і як отримати ліцензію: через організації колективного управління (ОКУ), правовласників або спеціалізовані сервіси;
- які ризики несе незаконне використання музики – від штрафів до блокування акаунтів у соцмережах.

Гайд буде корисним для широкого кола користувачів, а перш за все – власникам та менеджерам кав'ярень, ресторанів, готелів, фітнес-клубів, магазинів, івент-агенцій та онлайн-бізнесу.

4.3. Тема “Музичне піратство: поняття, вплив, наслідки”

У межах наступної теми кампанії було розкрито історію музичного піратства та способи протидії йому. Зокрема, було підготовлено два матеріали, які розкривають цю проблематику в різних форматах.



Анімаційна презентація “Музичне піратство: як це починалось, розвивалось і що маємо зараз”

Новий освітній продукт, що орієнтований на широке коло користувачів: учнів, студентів, викладачів, представників культурної та креативної сфери, а також усіх, хто споживає музику онлайн. Презентація доступно пояснює, що таке музичне піратство, як воно змінювалося від касет до цифрових платформ, які його наслідки для культури й економіки та як різні країни борються з цим явищем. Вона містить практичні поради, що допоможуть кожному протидіяти піратству у повсякденному житті — від використання легальних платформ до підтримки артистів і поширення обізнаності про важливість авторських прав.



Інформаційні картки “Історія музичного піратства”

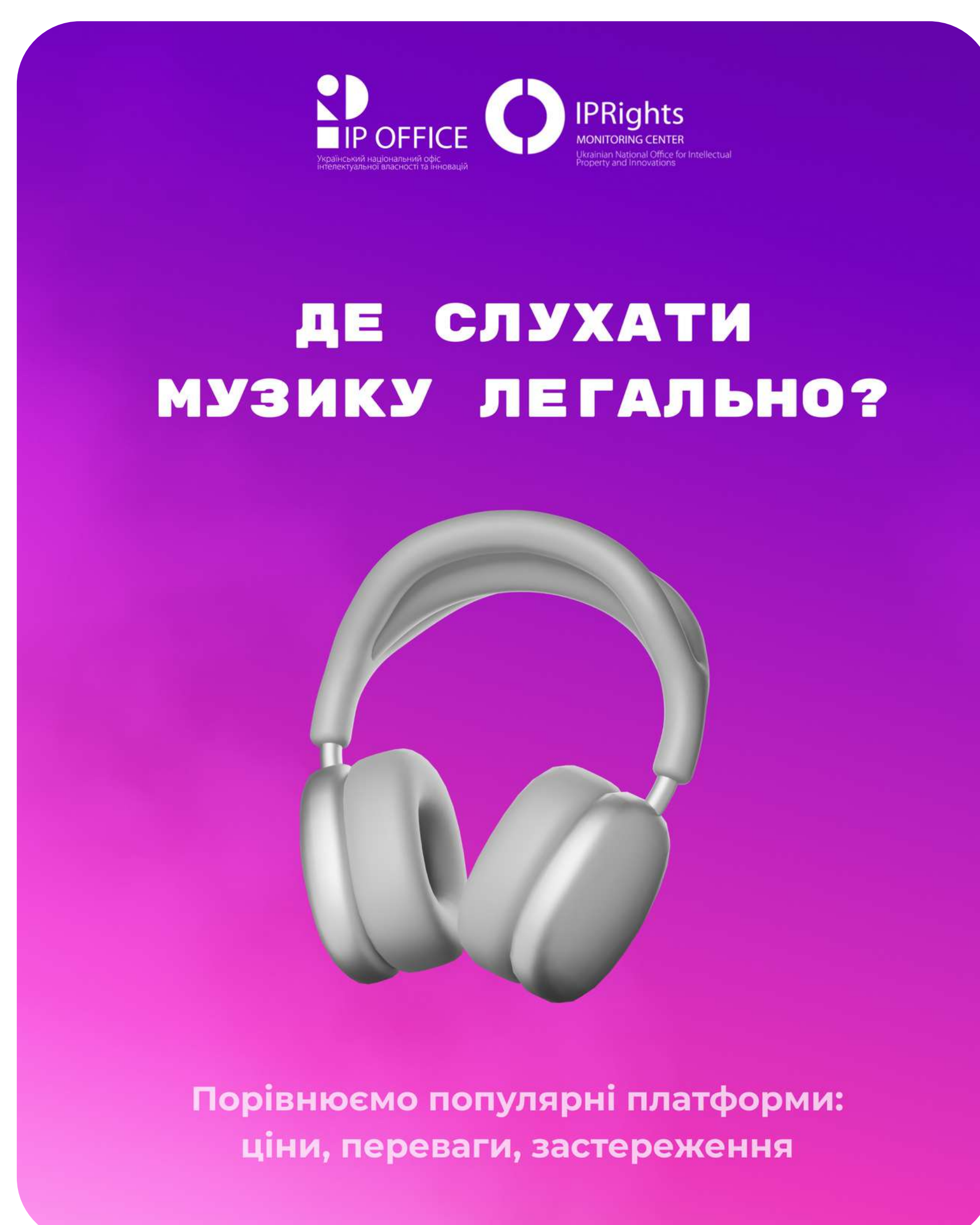
Картки створені з метою залучення ширшої аудиторії в соціальних мережах. У стислій формі подано ключові етапи розвитку музичного піратства: від нелегального продажу касет і компакт-дисків у 1970–1990-х роках до цифрової епохи, появи Napster, торент-сервісів та сучасних інструментів незаконного розповсюдження музики. Окрему увагу приділено реакції індустрії, ролі легальних платформ (зокрема Spotify), а також зміні моделей споживання музичного контенту.

Обидва матеріали мають на меті продемонструвати, як змінювалась форма піратства з розвитком технологій, а також підкреслити, що боротьба з ним триває і приносить позитивні результати – як для індустрії, так і для самих слухачів.

4.4. Тема “Музичне піратство: де легально музику?”

Інформаційні картки “Де слухати музику легально?”

В продовження теми, з метою протидії піратству та популяризації легального споживання музики було створено серію карток “Де слухати музику легально” з добіркою перевірених сервісів, доступних в Україні. У матеріалі пояснюється, коли прослуховування музики вважається нелегальним – зокрема, у випадках завантаження з піратських сайтів або прослуховування через неавторизовані джерела. Також наголошується, чому варто обирати легальні платформи.



4.5. Тема “Музичне піратство: де легально музику?”

Інформаційні картки

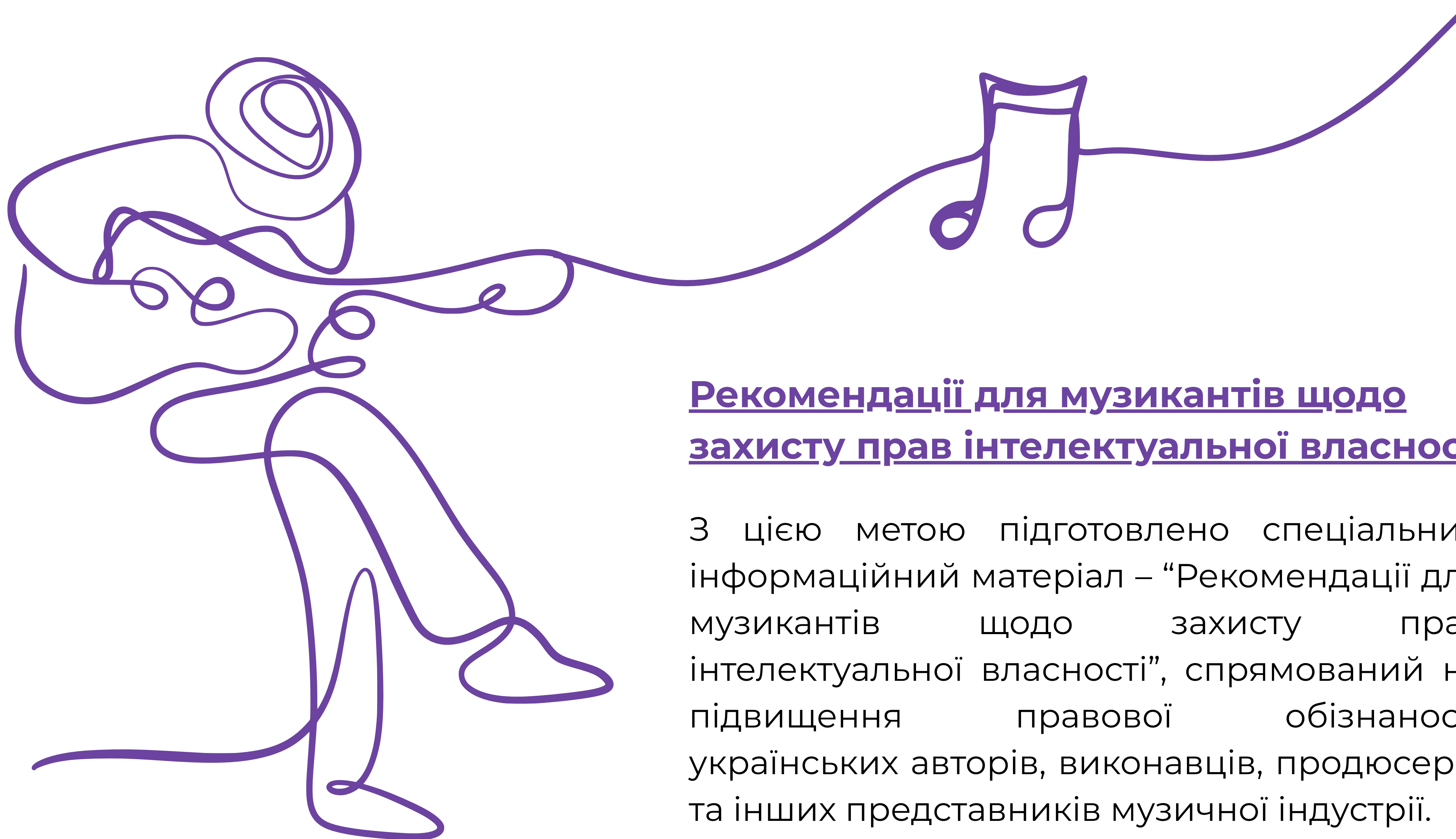
“Штучний інтелект у музиці”

Враховуючи нові виклики, з якими стикається сучасне суспільство, окрему тему в межах кампанії було присвячено використанню штучного інтелекту в музиці. З цією метою підготовлено серію інформаційних карток “Штучний інтелект у музиці”, у яких висвітлено, як ШІ змінює процес створення музики – від генерації композицій до імітації голосів відомих артистів. Розкрито основні ризики: порушення авторських прав, фінансові втрати артистів і підриив довіри слухачів. Окрему увагу приділено питанням правового регулювання, прикладам з практики та можливим шляхам відповідального використання ШІ у музичній сфері.



4.6. Тема “Як музиканту захистити свої права”

На завершальному етапі кампанії було приділено увагу ключовій темі – захисту прав музикантів у сфері інтелектуальної власності.



Рекомендації для музикантів щодо захисту прав інтелектуальної власності

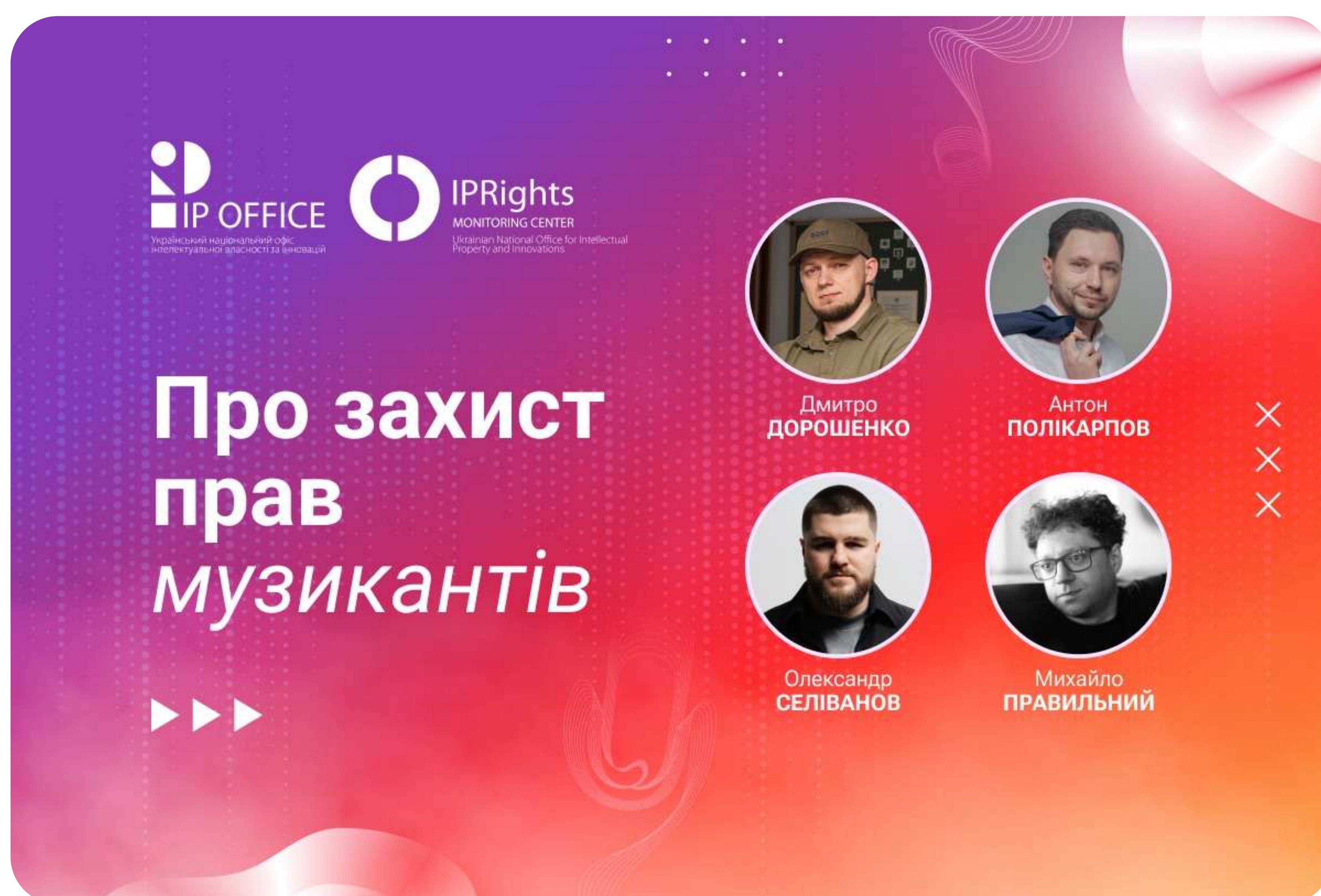
З цією метою підготовлено спеціальний інформаційний матеріал – “Рекомендації для музикантів щодо захисту прав інтелектуальної власності”, спрямований на підвищення правової обізнаності українських авторів, виконавців, продюсерів та інших представників музичної індустрії.

Рекомендації охоплюють ключові аспекти захисту прав музикантів: реєстрацію авторських прав і ТМ, договірне оформлення співпраці, взаємодію з організаціями колективного управління (ОКУ), цифровий моніторинг, контроль монетизації, запобігання використанню ШІ без згоди, а також досудовий і судовий захист. Матеріал містить практичні поради для ефективного реагування на порушення та запобігання їм.

Рекомендації покликані допомогти музикантам краще орієнтуватися в доступних механізмах захисту, запобігати порушенням та ефективно реагувати на них.

Вебінар “Як музиканту захистити свої права”

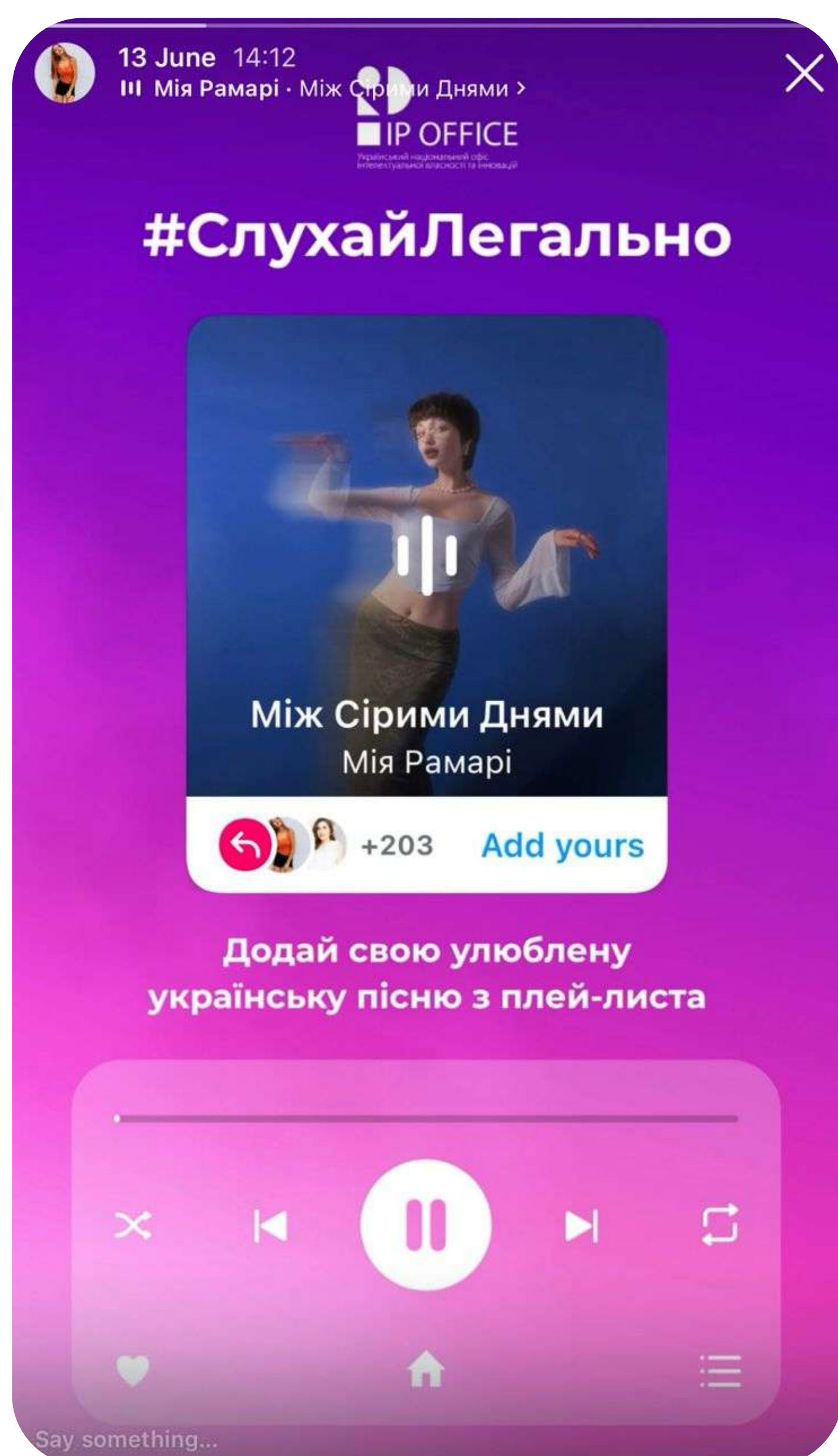
У межах теми захисту було проведено вебінар “Як музиканту захистити свої права”. До обговорення долучилися провідні експерти у сфері авторського права та захисту прав у музичній індустрії, зокрема Дмитро Дорошенко, Антон Полікарпов, Олександр Селіванов, а також український артист Михайло Правильний.



Під час вебінару були розкриті ключові питання захисту авторських і суміжних прав, оформлення сценічного образу, монетизації контенту, взаємодії з ОКУ, захисту від порушень в інтернеті, а також особливості правової охорони в контексті стримінгових сервісів і впливу новітніх технологій. Учасники отримали практичні поради, що стануть у пригоді як початківцям, так і досвідченим музикантам, авторам пісень, продюсерам та іншим представникам музичної індустрії.

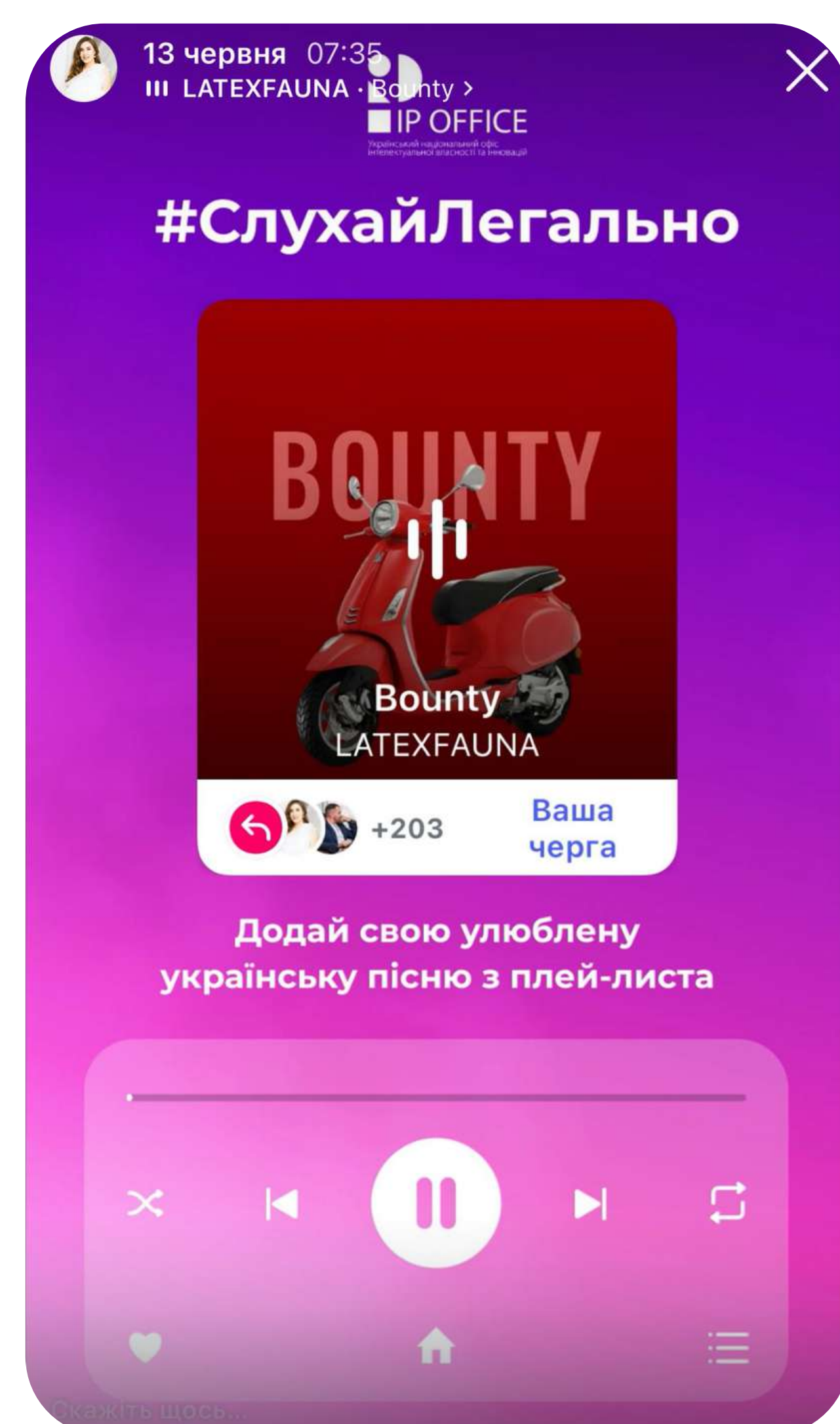
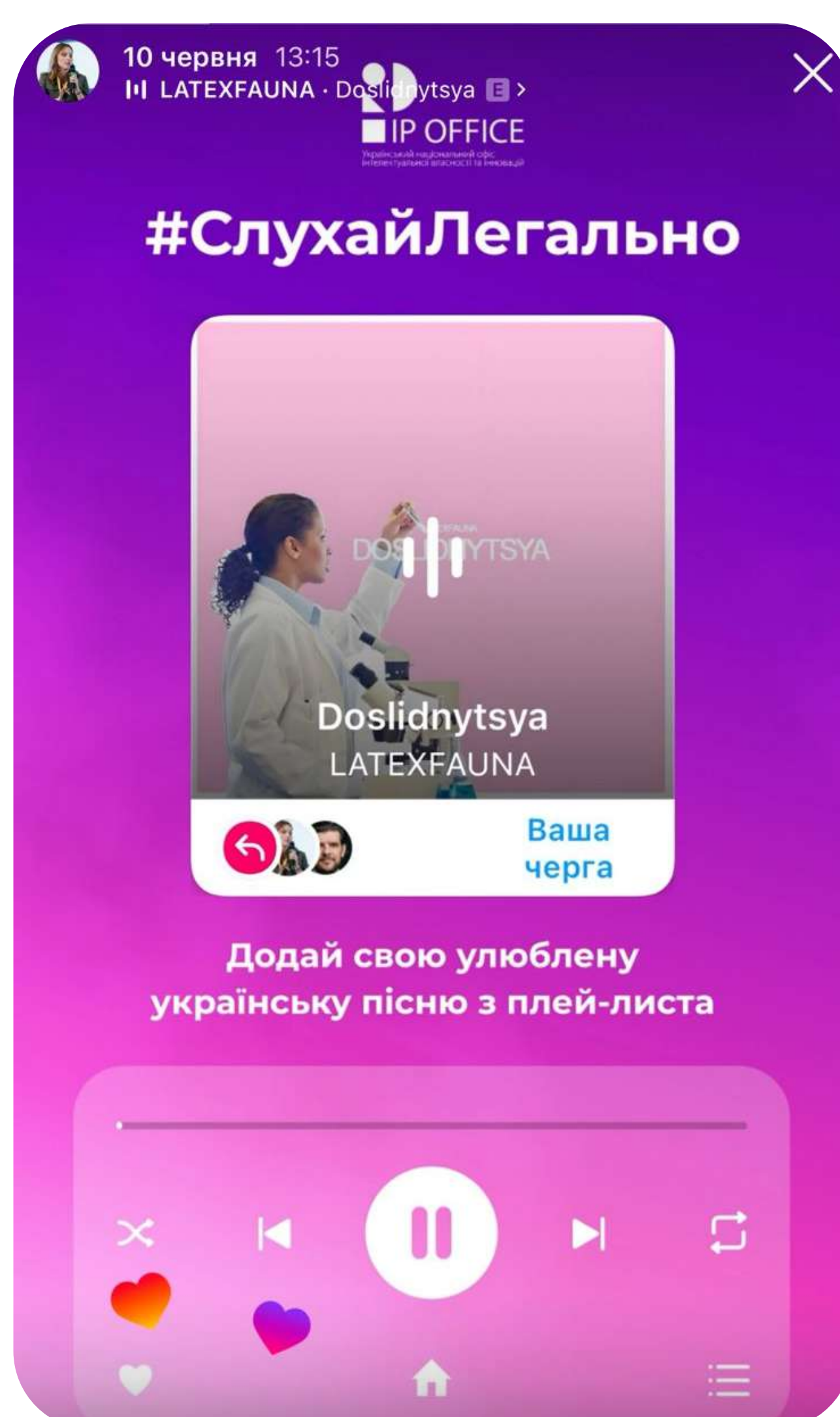
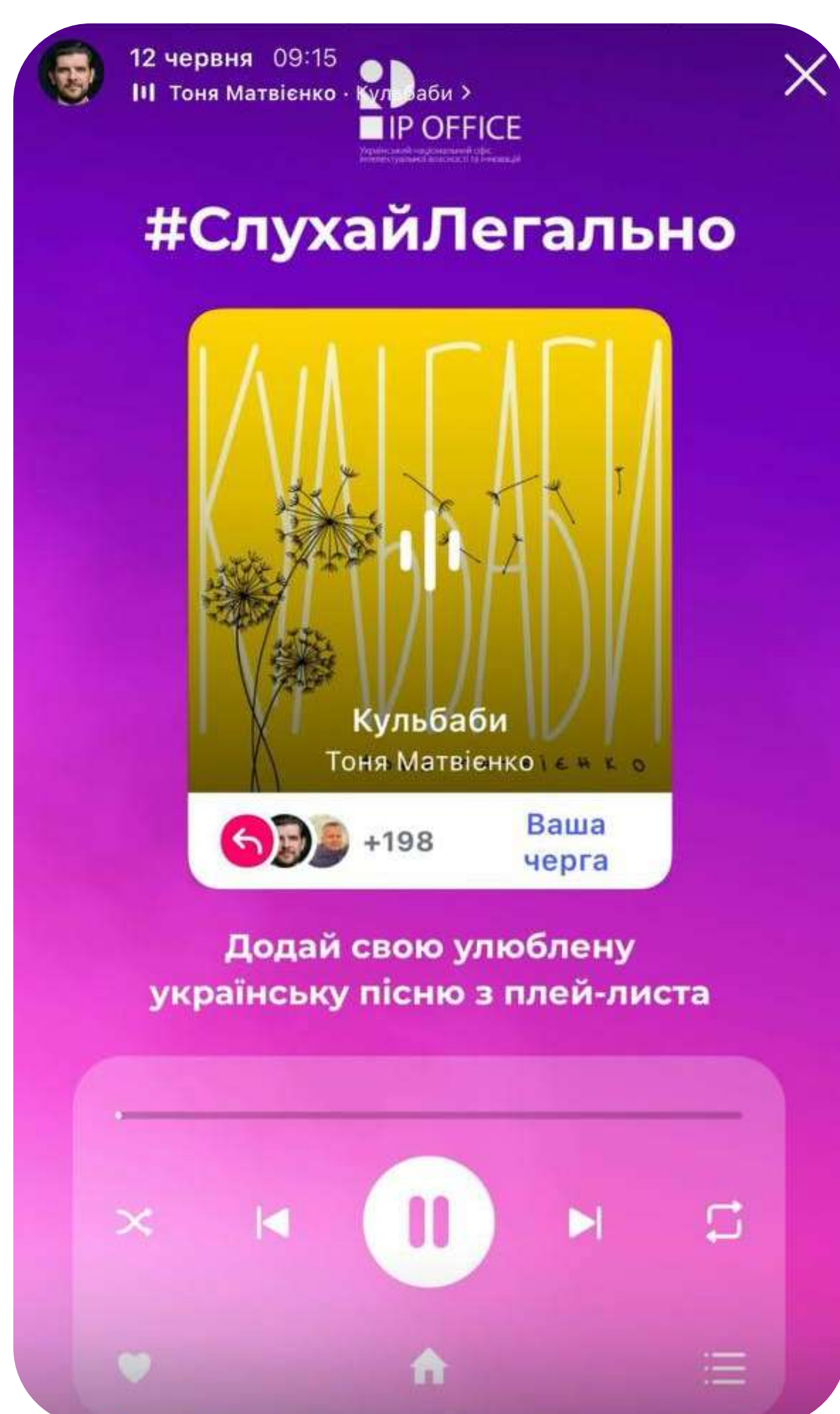
Окрема увага була приділена відповідям на запитання слухачів, що дозволило надати роз'яснення з урахуванням реальних практичних кейсів. Відеозапис вебінару доступний на каналі [YouTube IP офісу](#).

4.7. Флешмоб #СлухайЛегально



З метою привернення уваги ширшої аудиторії та протидії музичному піратству шляхом поширення позитивних прикладів, було ініційовано флешмоб **#СлухайЛегально** у соціальній мережі Instagram. У межах активності користувачі ділилися улюбленими українськими піснями зі свого плейлиста, тим самим демонструючи, що легальне споживання музики є простим і доступним. До ініціативи долучилося **більше 200 осіб**.

Основною метою флешмобу було заохочення суспільства слухати музику на ліцензованих платформах, а також популяризація української музики як прояву культурної ідентичності. Окремий акцент зроблено на підтримці нових українських артистів через підвищення інтересу до їх творчості.



4.8. Опитування

У межах Інформаційної кампанії Центр спостереження IPR запустив всеукраїнське анонімне опитування «Музика і право: обізнаність та поведінка слухачів в Україні», мета якого – дослідити рівень обізнаності українців щодо авторського і суміжних прав у музиці, а також виявити масштаби та моделі споживання піратського контенту.

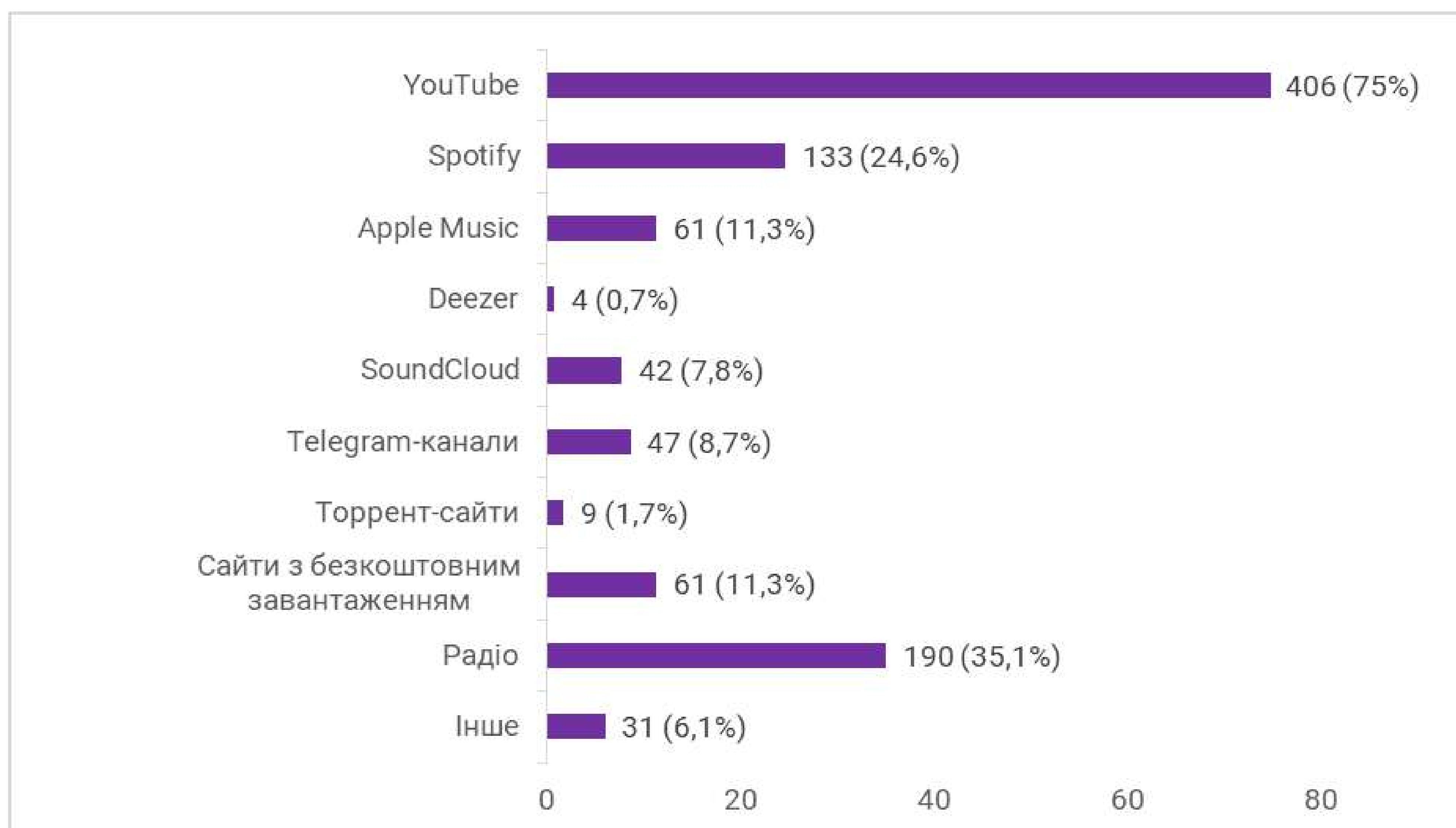
Де українці слухають музику: перевага легальних джерел з нюансами

Одним з ключових завдань опитування було з'ясувати, які саме джерела використовуються для слухання музики. Очікувано, абсолютним лідером виявився **YouTube** – його обрали **75%** опитаних. Це платформа, яка поєднує доступність, звичку та відсутність прямої платної підписки, що робить її універсальною.

Водночас майже чверть респондентів користуються **Spotify (24,6%)**, ще **11,3%** – **Apple Music**. Важливо підкреслити, що обидві ці платформи є легальними, але потребують підписки або прослуховування з рекламою. Ще **35,1%** слухають музику через **традиційне радіо** – ознака збереженої довіри до медіа з ліцензійною політикою.

Однак виявлені й тривожні сигнали. Попри домінування легальних джерел, **11,3%** респондентів зізналися у використанні сайтів для безкоштовного завантаження музики, **8,7%** – вказали на Telegram-канали як джерело музики, **1,7%** – використовують торрент-сайти. Хоча це не є більшістю, ці дані свідчать про стабільну наявність альтернативного, часто нелегального ланцюга доступу до музичного контенту.

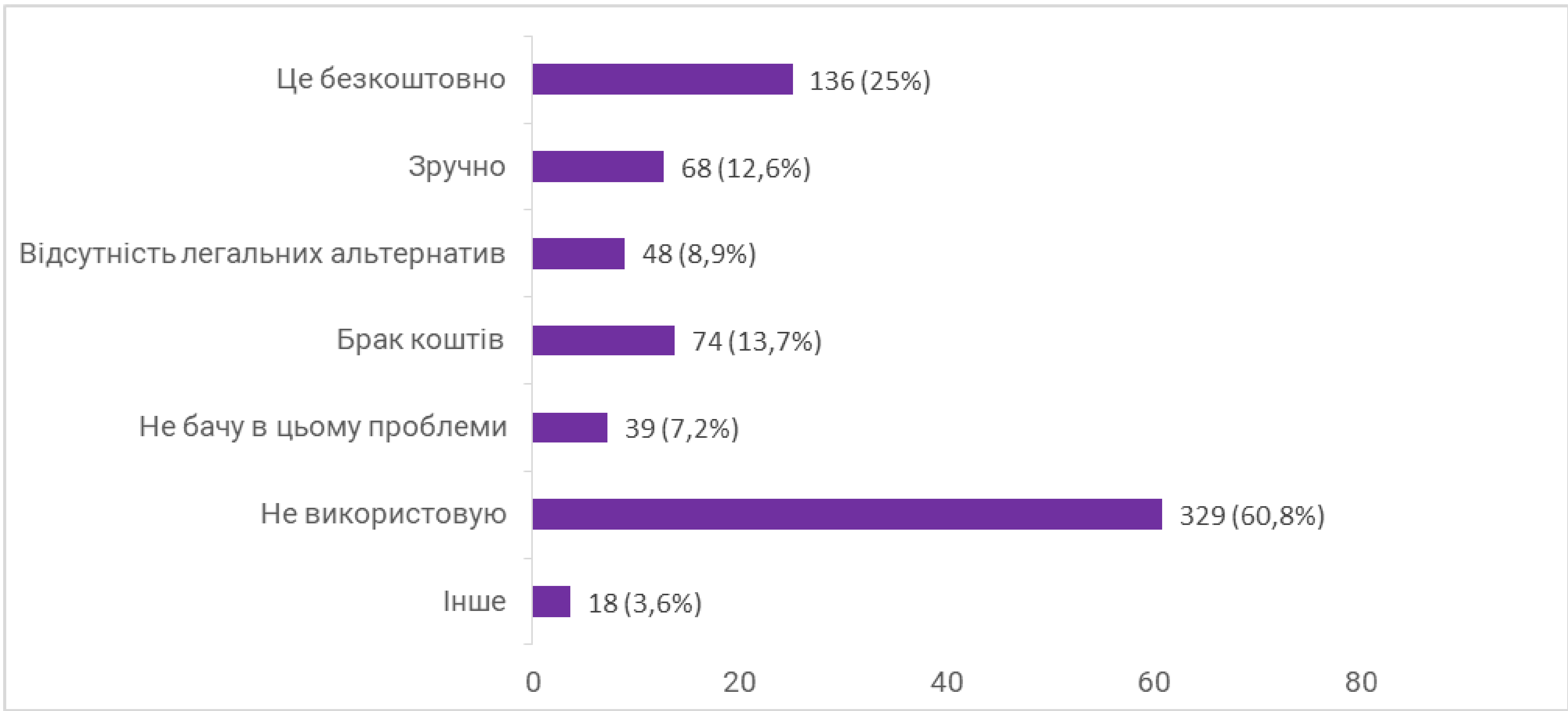
Графік: джерела прослуховування музики



На питання про досвід використання піратського контенту, **43,1%** відповіли, що ніколи не користувалися неліцензійними сервісами. Проте ще **37,7%** визнають, що колись це робили, **14,4%** — іноді користуються, і майже **5%** — роблять це регулярно. Ці дані свідчать про зниження толерантності до піратства, але разом з тим — про збереження стійких практик у певних групах.

Причини переважно економічні: безкоштовність, зручність доступу або відсутність змоги оплатити ліцензію. Це свідчить про необхідність доступних і локалізованих ліцензійних моделей для українських слухачів.

Графік: мотивація використовувати піратський музичний контент



Поінформованість про порушення прав, їх захист та наслідки

Один з найоптимістичніших результатів – **93%** респондентів стверджують, що знають, як захистити авторське право на музичний твір, або принаймні знайомі з основними інструментами. Більшість також вірно розрізняють поняття плагіату, піратства та ліцензованого використання.

Водночас **62,7%** все ще користуються безкоштовними сервісами, а не обирають платформи, які забезпечують авторам справедливу винагороду. Це показник того, що знання ще не завжди трансформуються у дію. При цьому респонденти у більшості розуміють, які наслідки може мати використання піратського музичного контенту.

Результати опитування свідчать про високий інтерес українських слухачів до правових аспектів музичного контенту. Значна частина респондентів надає перевагу легальним сервісам і готова дотримуватися правових вимог. Водночас помітною залишається частка користувачів, які з економічних або практичних міркувань продовжують споживати піратський контент. Серед основних викликів — обмежена економічна доступність ліцензійного контенту та недостатній рівень обізнаності щодо ліцензування у бізнес-середовищі.

4.9. Висвітлення на заходах та в ЗМІ

З метою розкриття теми захисту прав у музичній індустрії та ширшого висвітлення ключових правових аспектів, пов'язаних із музикою, було опубліковано низку авторських матеріалів очільниці УКРНОІВІ Олени Орлюк:

- [IP і музика: чому важливо подбати про захист своєї творчості](#)
Колонка очільниці УКРНОІВІ Олени Орлюк для "Суспільне Культура"
- [Артист має знати про свої права](#)
Інтерв'ю очільниці УКРНОІВІ Олени Орлюк для медіа про нову українську культуру LiRoom
- [Жінки, які змінили музику: Україна та світ](#)
Колонка очільниці УКРНОІВІ Олени Орлюк для "Українська правда. Життя"



“Музика — це про емоції, мистецтво та творче самовираження. Та водночас вона є однією з креативних індустрій, а отже, компонентою важливого сектору економіки та складною екосистемою, що потребує належного правового регулювання. Адже будь-який музичний твір — це насамперед інтелектуальна власність, яка має не лише культурну, а й економічну цінність. І в часи, коли українські виконавці стають все популярнішими вдома та гучно заявляють про себе на весь світ, питання захисту інтелектуальної власності виходить на перший план.”

Директор УКРНОІВІ
Олена Орлюк

[IP подкаст ZWYNTAR vs Квартал 95, кейси Козловського і гурту «Антитіла»: гучні справи щодо авторського права](#)

У програмі «Друга кава» на Радіо Київ 98 FM взяла участь заступниця директора УКРНОІВІ Любов Майданик. У рамках ефіру було розглянуто низку актуальних кейсів з українського та міжнародного шоу-бізнесу, на прикладі яких спікерка проаналізувала ключові юридичні аспекти у сфері авторського права.



IP OPINION

ГОЛОСИ ПРОТИ ПІРАТСТВА

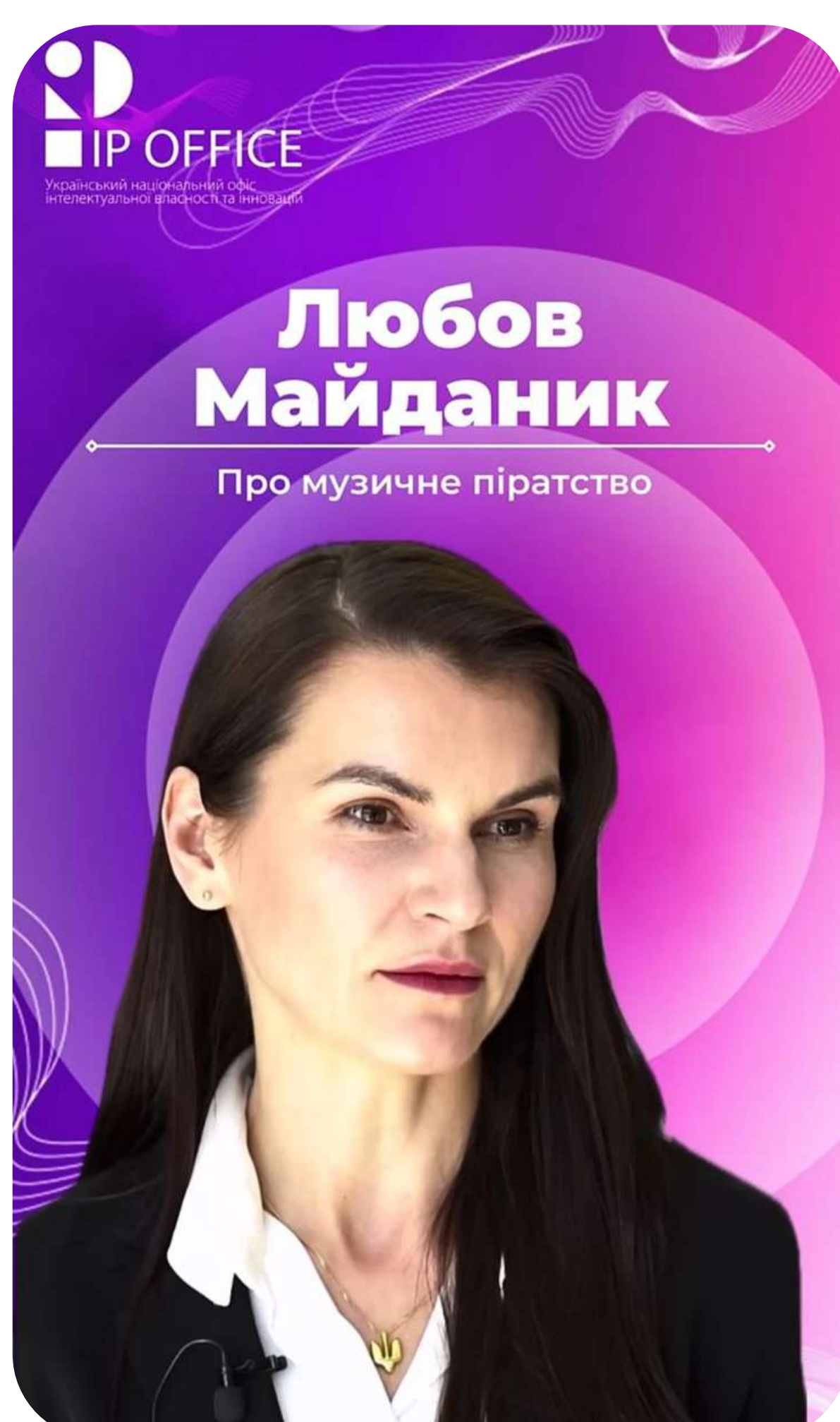
В межах кампанії було опубліковано відео рубрики IP Opinion, де поділились своєю думкою заступниця директора Любов Майданик та військовослужбовець, музикант і резидент «Культурного Десанту» Мирослав Кувалдін.



«Музика в Україні — це не просто культурний продукт, а символ національної ідентичності й важливий елемент економіки. Створення дієвої системи захисту прав інтелектуальної власності є ключовим кроком до того, щоб творчість українських авторів належно цінувалася, захищалася і приносила справедливу винагороду».

Заступник директора УКРНОІВІ
Любов Майданик

Мирослав Кувалдін розповів, чому важливо легально споживати музичний контент та як підтримувати виробників україномовного музичного контенту.



5. Аналіз залученості аудиторії

Аналіз залученості аудиторії в межах Інформаційної кампанії свідчить про високу результативність обраної комунікаційної стратегії, особливо у соціальних мережах Instagram, YouTube та Facebook.

Найбільший інтерес користувачів викликали матеріали, що отримали значну кількість репостів, коментарів і демонстрували високий рівень взаємодії. Динаміка активності підтверджує ефективність обраних каналів комунікації для охоплення цільової аудиторії. Це також підкреслює доцільність використання візуального та відеоконтенту як ключових інструментів привернення уваги.

Таблиця показників охоплення аудиторії в соціальній мережі Instagram

Допис	Кількість переглядів	Охоплено облікових записів
Анонс проведення опитування	589	455
Заклик до проходження опитування з Владиславом Білоцьким	1778	1177
Види порушень у музичній сфері	3130	2082
Спецдопис про плагіат на Євробаченні	1481	939
Відео про музичні кейси в Україні	2640	1815
Коли потрібен дозвіл, а коли ні	2636	1840
Спецдопис про історію пісні Happy Birthday	1545	926
Історія музичного піратства	1276	795
Перелік сервісів, де слухати легально музику	1049	483
Відео серії IP Opinion від Любов Майданик	928	527
Відео серії IP Opinion від Мирослава Кувалдіна	1022	661
Штучний інтелект у музиці	1908	1076
Анонс вебінару “Як музиканту захистити свої права”	4078	2341
Всього	24060	15117

Таблиця показників охоплення аудиторії в соціальній мережі Facebook

Допис	Покази допису
Анонс старту кампанії ANTI-PIRACY:MUSIC	646
Анонс проведення опитування	1 798
Заклик до проходження опитування з Владиславом Білоцьким	693
Види порушень у музичній сфері	980
Спецдопис про плагіат на Євробаченні	692
Коли потрібен дозвіл, а коли ні	387
Спецдопис про історію пісні Happy Birthday	302
Історія музичного піратства	823
Перелік сервісів, де слухати легально музику	467
Відео серії IP Opinion від Любов Майданик	633
IP Гайд для бізнесу: законне використання музики	1 575
Відео серії IP Opinion від Мирослава Кувалдіна	350
Штучний інтелект у музиці	640
Анонс вебінару “Як музиканту захистити свої права”	1 471
Всього	4669

Таблиця показників охоплення аудиторії в соціальній мережі YouTube

Відео (Shorts)	Перегляди
Запрошуємо до опитування слухачів музики	1060
Хто написав пісню Happy Birthday to You і чи треба платити за її виконання?	1091
Музика і Закон: Jerry Heil vs Imagine Dragons, а також IP справи Козловського і Дзідзьо	361
Музичне піратство: історія масштабного злочину. ANTI-PIRACY: MUSIC Презентація-анімація	225
Де слухати пісні, щоб не підтримувати росію	1462
Формула музичного успіху: купуємо легально, купуємо українське	1167
Всього	5366

6. Результати та оцінка ефективності

Інформаційна кампанія проти порушень у сфері музичних прав ANTI-PIRACY: MUSIC стала першою цілісною ініціативою в Україні, спрямованою на протидію музичному піратству. Кампанія була покликана привернути увагу до проблеми незаконного використання музичного контенту, підвищити обізнаність про права інтелектуальної власності та сформувати свідоме ставлення до споживання легального музичного продукту.

У межах кампанії вдалося досягти низки важливих результатів:

- Проведено фаховий аналіз сучасного стану музичного піратства в Україні, його економічного впливу та ризиків для розвитку індустрії.
- Під час інформаційних заходів та публікацій було озвучено ключові правові виклики, з якими стикаються правовласники, музиканти та представники лейблів.
- Кампанія отримала численні схвальні відгуки від представників музичної індустрії, авторів, виконавців та інших стейкхолдерів, що підтверджує її актуальність та влучність обраної тематики.
- Залучення авторитетних експертів, музикантів і громадських діячів дозволило сформувати довіру до меседжів кампанії та посилити її вплив на цільову аудиторію.
- Через сучасні комунікаційні канали, зокрема соціальні мережі та відеоплатформи, було досягнуто широкого охоплення аудиторії.

Широке висвітлення теми в медіа, активна участь лідерів думок та галузевих фахівців сприяли просуванню кампанії на національному рівні. Важливу роль відіграла демонстрація конкретних прикладів порушень і правових механізмів захисту музичних творів.

Кампанія ANTI-PIRACY: MUSIC створила підґрунтя для подальшого розвитку системного підходу до боротьби з музичним піратством в Україні. Подальше поширення легального контенту, формування культури поваги до авторських прав та підтримка з боку держави й бізнесу залишаються ключовими умовами досягнення довгострокового ефекту.

Регулярний моніторинг динаміки порушень, оцінка ефективності інформаційних заходів та впровадження нових форматів взаємодії з аудиторією дозволять зміцнити позиції правовласників і сприятимуть розвитку конкурентоспроможної музичної індустрії, заснованої на принципах доброчесності та правової поваги.

ANTI-PIRACY: MUSIC

НАЦІОНАЛЬНА КАМΠΑНІЯ ПО БОРОТЬБІ З
ПІРАТСТВОМ ТА КОНТРАФАКТОМ В ІР СФЕРІ