

## Το ζήτημα της πειρατείας στο ίντερνετ (και η τύχη της οπτικοακουστικής μυθοπλασίας)

Μάιος 2012

Γιάννης Μαρούδας

**Κ**ατά κοινή διαπίστωση, τα νέα ψηφιακά μέσα και το διαδίκτυο έγιναν η κινητήρια δύναμη για μια άνευ προηγουμένου αύξηση της πειρατικής διανομής, δηλ. της παράνομης και ανεξέλεγκτης διακίνησης και κατανάλωσης έργων πνευματικής ιδιοκτησίας, χωρίς προηγουμένως να εξασφαλίζονται τα απαραίτητα δικαιώματα χρήσης και εκμετάλλευσής τους. Ειδικά τα τελευταία χρόνια, το φαινόμενο της διαδικτυακής πειρατείας [on line piracy] παίρνει, πράγματι, μαζικές διαστάσεις και φτάνει να αποτελεί ζήτημα αντιπαράθεσης ακόμα και στην κεντρική πολιτική σκηνή πολλών χωρών.<sup>1</sup>

Είναι γεγονός ότι η πειρατεία ταινιών και τηλεοπτικών σειρών προϋπάρχει του ίντερνετ και αντιμετωπίζεται ως σοβαρό πρόβλημα για τη βιομηχανία ήδη από την εποχή των βιντεο-εγγραφών σε μαγνητικές ταινίες VHS και του σχετικού λαθρεμπορίου. Ωστόσο είναι η ψηφιακή τεχνολογία και το ίντερνετ που επέτρεψαν στο φαινόμενο να αποκτήσει εκρηκτικές διαστάσεις και να γίνει μέρος της καθημερινής πρακτικής χιλιάδων χρηστών σε όλο τον κόσμο.<sup>2</sup>

Η ευκολία δημιουργίας πλήθους αφεγάδιαστων ψηφιακών αντιγραφών και η ταχύτητα μαζικής διανομής τους μεταξύ χιλιάδων ανώνυμων κόμβων στο διαδίκτυο, οι οποίοι λειτουργούν ως ανοιχτοί αγωγοί για μια συνεχή αναζήτηση και ανταλλαγή αρχείων [file sharing] σε πλανητικό επίπεδο, είναι η νέα τεχνική συνθήκη που επιτρέπει στις παραβατικές πρακτικές διακίνησης να πολλαπλασιάζονται, να γίνονται προσβάσιμες στον κάθε χρήστη και να εκτείνονται σε κάθε προϊόν που δύναται να ψηφιοποιηθεί· από βιβλία και κείμενα, μέχρι μουσικές και τραγούδια, φωτογραφίες, κόμικς, εικόνες και σχέδια, προγράμματα υπολογιστών και, βέβαια, ταινίες, τηλεοπτικά προγράμματα και ψηφιακά παιχνίδια. Ας σημειωθεί ωστόσο εξαρχής, πως από τη φύση της η οπτικοακουστική μυθοπλασία, που εδώ μας απασχολεί κυρίως, έχει κάποια ιδιαίτερα χαρακτηριστικά που τη διαφοροποιούν από άλλες τέχνες και πολιτιστικά προϊόντα, όπως λ.χ. αυτά της μουσικής βιομηχανίας, η οποία υπήρξε και η πρώτη που κλονίστηκε εξαιτίας του φαινομένου (βλ. παρακάτω, «*το παράδειγμα της μουσικής βιομηχανίας*»).

---

<sup>1</sup> Χαρακτηριστική η δημιουργία κομμάτων με κεντρικό αίτημα την καταπολέμηση της νομοθεσίας περί πνευματικής ιδιοκτησίας [Intellectual Property, IP]. Βλ. π.χ. *The Pirate Party International* <http://www.pp-international.net/about>

<sup>2</sup> Eliashberg, J., A. Elberse & M. Leenders, “The Motion Picture Industry: Critical Issues in Practice, Current Research and New Research Directions”, *Marketing Science*, Vol. 25 (6), Nov.-Dec. 2006, p. 651, <http://marketing.wharton.upenn.edu/documents/research/review%20of%20the%20films%20industry.pdf>

### **Η προστασία της πνευματικής ιδιοκτησίας**

Για πολλούς μελετητές ο εικοστός αιώνας και ιδιαίτερα οι τελευταίες δεκαετίες του, από το '80 και μετά, χαρακτηρίζεται από την προϊούσα εμπορευματοποίηση - ιδιωτικοποίηση του πολιτισμού (βλ. "πολιτιστικός καπιταλισμός"<sup>3</sup>) αλλά και των μέσων του (βλ. "απορρύθμιση" [deregulation] και ιδιωτικοποίηση στα μέσα μαζικής επικοινωνίας<sup>4</sup>) μαζί με μια συνακόλουθη **ενίσχυση και αυστηροποίηση των νομοθεσιών προάσπισης της πνευματικής ιδιοκτησίας**<sup>5</sup> – θεμελιακή προϋπόθεση για την περαιτέρω ανάπτυξη των πολιτιστικών βιομηχανιών [cultural industries]<sup>6</sup> και των εταιρειών που εκμεταλλεύονται εν γένει πολιτιστικά προϊόντα, όπως το οπτικοακουστικό προϊόν μυθοπλασίας (ΟΠΜ), σε συνθήκες ελεύθερης καπιταλιστικής αγοράς και παγκοσμιοποίησης.

Ακριβώς στον αντίποδα ωστόσο, οι αλλαγές στις τεχνολογίες διαχείρισης και διανομής των ψηφιακών περιεχομένων από το 1990 και μετά (πχ. αναζητήσεις και "κατεβάσματα" από το ίντερνετ, αρχειοθετήσεις σε σκληρούς και φορητές μνήμες, "καψίματα" και αντιγραφές από CD και DVD, "file sharing", "ανεβάσματα" σε προσωπικές ιστοσελίδες και blogs) υιοθετήθηκαν τάχιστα από πλατιά στρώματα χρηστών του ίντερνετ, και ιδίως νέους ανθρώπους, που τώρα βίωναν μια νέα ελευθεριότητα στην κατανάλωση και το μοίρασμα αγαθών, στα οποία συχνά μέχρι πρότινος δεν είχαν καθόλου πρόσβαση ή θα έπρεπε να χρεωθούν ακριβά και να δυσκολευτούν μέχρι να τα αποκτήσουν. Σήμερα, παρόλο που πρόσφατες εκθέσεις παρουσιάζουν τους χρήστες έτοιμους να χρεωθούν προκειμένου να αποκτήσουν άμεση, ασφαλή και πλήρη πρόσβαση σε ψηφιακά περιεχόμενα υψηλής ποιότητας<sup>7</sup>, οι περισσότερες έρευνες εξακολουθούν να εμφανίζουν την **αποφυγή χρέωσης** ως το κύριο κίνητρο για την πειρατική δραστηριότητα.<sup>8</sup>

### **Η πειρατική δραστηριότητα**

Πολύ σύντομα η μαζική αυτή πρακτική της ελεύθερης διακίνησης "αρχείων" αποτέλεσε τον συνεκτικό ιστό για τη δημιουργία δικτυακών κοινοτήτων με έντονη πειρατική δραστηριότητα, και μαζί της συνδέθηκε και με μια ολόκληρη κουλτούρα πολιτικής και ηθικής νομιμοποίησής

<sup>3</sup> Περισσότερα: Rifkin, J., *Η νέα εποχή της πρόσβασης*, Λιβάνης, 2001 (σσ. 22, 257, 293-4 κ.ά.)

<sup>4</sup> Χαρακτηριστικότερο παράδειγμα, η "έκρηξη" της ιδιωτικής τηλεόρασης από το '80 και μετά.

<sup>5</sup> Hesmondhalgh, D., *The Cultural Industries*, 2007, p. 152-154. Ως χαρακτηριστικά τεκμήρια αυτής της αυστηροποίησης αναφέρονται η ευρωπαϊκή οδηγία 'εναρμόνισης' που επεκτείνει τη διάρκεια των πνευματικών δικαιωμάτων στα 70 χρόνια μετά τον θάνατο του δημιουργού (1993), ή η αμερικανική νομοθεσία για επέκτασή τους στα 95 χρόνια (Sonny Bono Copyright Term Extension Act, 1998). Όπως σημειώνει μάλιστα ο Hesmondhalgh, «δεν είναι μόνο η διάρκεια ισχύος της πνευματικής ιδιοκτησίας που επεκτάθηκε μέσω των εταιρικών πιέσεων αλλά και το εύρος που καλύπτει. (...) [Έτσι] η πνευματική ιδιοκτησία που νομοθετήθηκε για να ενθαρρύνει τη δημιουργικότητα, κατέληξε σε μια σχεδόν παρανοϊκή παρεμπόδιση της σε πολλές περιπτώσεις».

<sup>6</sup> Για τον ορισμό τους βλ. *The Economy of Culture in Europe*, KEA, Study prepared for the European Commission, Executive summary, October 2006

([www.ec.europa.eu/culture/eac/sources\\_info/studies/economy\\_en.html](http://www.ec.europa.eu/culture/eac/sources_info/studies/economy_en.html)), όπου και συγκαταλέγονται ο κινηματογράφος και το βίντεο, η τηλεόραση και το ραδιόφωνο, τα ψηφιακά παιχνίδια, η μουσική, ο τύπος και οι εκδόσεις.

<sup>7</sup> Pricewaterhouse Coopers, *Global Entertainment and Media Outlook 2010 - 2014* (2010), p. 17

<sup>8</sup> *IFPI Digital Music Report 2011; Music at the touch of a button*, p. 14  
<http://www.ifpi.org/content/library/DMR2011.pdf>

της. Όλο και περισσότεροι χρήστες, όλο και πιο ενεργά, διεκδικούν το δικαίωμα στην ελεύθερη πρόσβαση σε πολιτιστικά προϊόντα και αγαθά ζητώντας να είναι κοινά σε όλους, στο πρότυπο άλλων δημόσιων αγαθών ή αγαθών που υπάρχουν σε τέτοια αφθονία ώστε πρακτικά δεν τίθεται ζήτημα ιδιοκτησίας τους.<sup>9</sup> Επιπλέον, πολλοί χρήστες αντιδρούν στον περιορισμό των δικαιωμάτων της “εύλογης χρήσης” [fair use]<sup>10</sup> για προϊόντα που έχουν αποκτηθεί νομίμως, ενώ προασπίζονται το δικαίωμα στο ελεύθερο μοίρασμα τους μεταξύ των μελών μιας κοινότητας ή μεταξύ φίλων, εν είδει δώρων και εκούσιας προσφοράς, ενάντια στη λογική της εμπορευματοποίησης και τιμολόγησης των πάντων.<sup>11</sup>

Ένα βασικό επιχείρημα, εξάλλου, ενάντια στους διάφορους περιορισμούς χρήσης των ψηφιακών αρχείων (βλ. Digital Rights Management, DRM<sup>12</sup>) είναι το ακόλουθο: *Με ποιο δικαίωμα μπορεί κανείς να απαγορεύσει στον νόμιμο κάτοχο ενός προϊόντος (πχ. ένα DVD) να το αντιγράψει και να το μεταφέρει σε άλλες ψηφιακές συσκευές του (πχ. PC ή laptop) ή και να το παραχωρήσει εκουσίως (μέσω ίντερνετ) σε φίλους του ή στην ‘κοινότητα’, εφόσον δεν το εμπορεύεται με κάποιον τρόπο;* Αφού κάτι τέτοιο γινόταν ανεκτό λχ. με τις παλιότερες εγγραφές από το ραδιόφωνο και την τηλεόραση σε αναλογικές κασέτες κ.ό.κ., γιατί τα ψηφιακά μέσα θα πρέπει να αποτελούν εξαίρεση;

Σε αυτή την κατεύθυνση, οι αρχές της ελεύθερης διακίνησης της “πληροφορίας” και του “ανοιχτού σε όλους” ίντερνετ πλαισιώνουν λιγότερο ή περισσότερο ριζοσπαστικά αιτήματα, τα οποία αντιτίθενται στις αυστηρές πολιτικές προστασίας της πνευματικής ιδιοκτησίας και, κατ’ επέκταση, των επιχειρηματικών συμφερόντων που συνδέονται με αυτήν, ενώ σε ακραίες εκδοχές τους μπορεί να καταλήγουν και σε κριτική της ίδιας της έννοιας της πνευματικής ιδιοκτησίας και των μηχανισμών που κάθε φορά τη θεσμοθετούν.<sup>13</sup>

<sup>9</sup> Βλ. την έννοια των “δημόσιων αγαθών” [public goods] και τον σχετικό ορισμό του Paul Samuelson (1954), για τα αγαθά “που όλοι μπορούν να τα απολαύσουν με την έννοια ότι η κατανάλωση ενός τέτοιου αγαθού από ένα άτομο δεν εμποδίζει την κατανάλωση του ιδίου και από κάποιο άλλο”

[http://en.wikipedia.org/wiki/Public\\_good](http://en.wikipedia.org/wiki/Public_good)

<sup>10</sup> Το δικαίωμα της εύλογης χρήσης (“fair use”, όπως απαντά στην αμερικανική κυρίως νομική ορολογία) συνίσταται στο κατ’ εξαίρεσιν δικαίωμα χρήσης έργου που κανονικά υπόκειται σε δικαιώματα πνευματικής ιδιοκτησίας, όταν πρόκειται για περιορισμένο και “μετασχηματιστικό” σκοπό, όπως η χρήση στην εκπαίδευση, στην άσκηση κριτικής και την παραπομπή - σχολιασμό, ή τη δημιουργική αναδιατύπωση, πχ. στην παρωδία του πρωτότυπου έργου. Ο ορισμός της *εύλογης χρήσης* κατά περίπτωση παραμένει εν πολλοίς στην κρίση των δικαστικών αρχών (βλ.

[http://fairuse.stanford.edu/Copyright\\_and\\_Fair\\_Use\\_Overview/chapter9/9-a.html](http://fairuse.stanford.edu/Copyright_and_Fair_Use_Overview/chapter9/9-a.html) ή

<https://www.eff.org/wp/unintended-consequences-under-dmca> )

<sup>11</sup> Βλ. διακήρυξη των ευρωπαϊκών πειρατικών κομμάτων στην Ουψάλα, το 2008, «*Η νομοθεσία περί πνευματικής ιδιοκτησίας σε κάθε περίπτωση θα πρέπει να περιορίζεται αυστηρά στη σφαίρα του εμπορίου και μόνο. Η μη εμπορευματική δραστηριότητα επουδενί δεν μπορεί να ρυθμίζεται από τέτοιους νόμους*». [http://www.piratpartiet.se/nyheter/european\\_pirate\\_platform\\_2009](http://www.piratpartiet.se/nyheter/european_pirate_platform_2009)

<sup>12</sup> Ο όρος πρακτικά σημαίνει πολιτικές καθορισμού για το τι επιτρέπεται κανείς να παρακολουθήσει, διανείμει ή αποθηκεύσει, πώς, πότε, και σε ποιες συσκευές.

<sup>13</sup> Ο.π., με εξαρχής διακήρυξη ότι «*η νομοθεσία περί πνευματικής ιδιοκτησίας είναι ασύμβατη με τη σύγχρονη πολιτισμική συνθήκη. Έχει εξελιχθεί σε εμπόδιο της δημιουργικότητας, ιδίως μάλιστα της λαϊκής*». (Ενδεικτική μόνον σταχυολόγηση πολιτικών θέσεων “πειρατών”: <http://www.pp-international.net/phpBB3/viewtopic.php?f=39&t=25586> ή <http://www.pp-international.net/phpBB3/viewtopic.php?f=39&t=965>)

### **Ο αντίλογος στην πειρατεία**

Ο αντίλογος στα επιχειρήματα των υπέρμαχων της ελεύθερης χρήσης της ψηφιακής “πληροφορίας” έρχεται από πλήθος φορέων των media και των πολιτιστικών βιομηχανιών, από εταιρείες παραγωγής, διανομής και εκμετάλλευσης, καθώς και από επαγγελματικά σωματεία και δημιουργούς, οι οποίοι καταγγέλλουν με κάθε τρόπο τον παράνομο χαρακτήρα και τις αρνητικές επιπτώσεις της πειρατείας.

Τα επιχειρήματά τους εστιάζονται όχι μόνο στις τεκμαιρόμενες **απώλειες εσόδων της πολιτιστικής βιομηχανίας** (συνολικά \$75 δις παγκοσμίως<sup>14</sup>) αλλά και στις **θέσεις εργασίας** που χάνονται (1,2 εκ. θέσεις εργασίας, στην ΕΕ μόνο, μέχρι το 2015<sup>15</sup>), τη **συρρίκνωση της καλλιτεχνικής παραγωγής** καθώς και τις **λιγότερες ευκαιρίες** που δίνονται, τελικά, σε νέους και ανεξάρτητους δημιουργούς **για επαγγελματική επιβίωση**, ακριβώς εξαιτίας της πειρατείας.<sup>16</sup> Σύμφωνα με τις θέσεις τους, η σωρευτική παραβίαση της νομοθεσίας περί πνευματικής ιδιοκτησίας καταλήγει αναπόφευκτα όχι μόνο σε βάρος της πολιτιστικής παραγωγής αλλά και των ευρύτερων κοινωνικών αναγκών (η μείωση των εσόδων για τη βιομηχανία και τους δημιουργούς οδηγεί σε ισχνότερη πολιτιστική παραγωγή, συντηρητικότερες επιλογές και πολιτική των πολιτιστικών βιομηχανιών, καθώς και μικρότερη διαφοροποίηση του προϊόντος τους).

Τέλος, ζητούν να γίνει αντιληπτό, ότι η πειρατεία στο πνευματικό έργο των δημιουργών δεν μπορεί να μπαίνει στην ίδια βάση συζήτησης όπως οι τεχνολογικές πατέντες και τα ‘παράγωγα’ καινοτομικά εμπορικά προϊόντα ούτε τα έργα πολιτισμού να θεωρούνται απλώς ως “πληροφορία”.<sup>17</sup>

**Πέραν των δισταμένων πολιτικών** (ή και φιλοσοφικών θεωρήσεων) που αντιπαράτιθενται σε σχέση με τα όρια της πνευματικής ιδιοκτησίας, σε κάθε προσέγγιση του φαινομένου της διαδικτυακής πειρατείας, και ειδικότερα για την οπτικοακουστική μυθοπλασία που μας ενδιαφέρει εδώ, οφείλει κανείς να εξετάζει προσεκτικά τα αντικρουόμενα, οικονομικά στον πυρήνα τους, συμφέροντα όλων όσων, με τον έναν ή τον άλλον τρόπο, εμπλέκονται σε αυτήν και δημιουργούν συγκρουσιακά δίπολα.<sup>18</sup> Αναλυτικότερα:

<sup>14</sup> Frontier Economics, *Estimating the Global Economic and Social Impacts of Counterfeiting and Piracy*, February 2011

<sup>15</sup> Tera Consultants, *Building A Digital Economy: The Importance of Saving Jobs in EU's Creative Industries*, Μάρτιος 2010 ([www.teraconsultants.fr/assests/publications](http://www.teraconsultants.fr/assests/publications)) Η έκθεση εξετάζει τις βιομηχανίες κινηματογράφου, τηλεόρασης, μουσικής και software στις πέντε μεγαλύτερες αγορές της ΕΕ, και επιχειρεί να αποτιμήσει τις συνέπειες της πειρατικής διανομής σε έσοδα και θέσεις εργασίας που συνολικά διακυβεύονται.

<sup>16</sup> Ενδεικτικά μόνο, ο ιστότοπος της αμερικανικής Copyright Alliance, [www.copyrightalliance.com](http://www.copyrightalliance.com) ή του σωματείου αμερικανών σκηνοθετών, [www.dga.org/Initiatives/Protect-Our-Work.aspx](http://www.dga.org/Initiatives/Protect-Our-Work.aspx). Ειδικότερα, μάλιστα, σε σχέση με τους κινδύνους για την ανεξάρτητη κινηματογραφική παραγωγή δεξ “Independent filmmakers are often the hardest hit” σε <http://www.copyrightinformation.org/facts>, με αναφορά συγκεκριμένων παραδειγμάτων, όπως οι ταινίες *The Hurt Locker* και *Source Code*.

<sup>17</sup> Η καλλιτεχνική – πολιτιστική φύση των έργων δεν επιτέπει τη συρρίκνωσή τους σε απλά εμπορεύματα ή πληροφορίες. Τα πολιτιστικά έργα νοηματοδοτούν τον κόσμο και την ύπαρξή μας.

<sup>18</sup> Για τη δυσκολία εξισορρόπησης τέτοιων αντικρουόμενων συμφερόντων βλ. στην έκθεση της Ευρωπαϊκής Επιτροπής, *Final Report on the Content Online Platform*, May 2009, p. 4, 5

α) Τα συμφέροντα των **χρηστών απέναντι** στα συμφέροντα των **κατόχων πνευματικών δικαιωμάτων** [rights holders]

β) Κάτοχοι δικαιωμάτων: Τα συμφέροντα των **δημιουργών απέναντι** στα συμφέροντα των **εταιρειών εκμετάλλευσης**

γ) Πολιτιστικές βιομηχανίες: Φτηνή μαζική διαφήμιση & προώθηση *απέναντι* στην αυστηρή προστασία των δικαιωμάτων

δ) Τα συμφέροντα των **κατόχων πνευματικών δικαιωμάτων απέναντι** στα συμφέροντα των **εταιρειών τεχνολογίας, πληροφορικής και επικοινωνίας**.

### **Οι “πειρατές” απέναντι στους κατόχους πνευματικών δικαιωμάτων**

Η πιο συνηθισμένη και προφανής σύγκρουση δεν είναι άλλη από την επιθυμία των χρηστών για άμεση και δωρεάν πρόσβαση σε πολιτιστικά προϊόντα, καθώς και ελευθερία στη διαχείριση και ανταλλαγή τους, επιθυμία που στερεί τις εταιρείες διανομής και παραγωγής, αλλά και (κατ’ επέκταση, αν όχι ευθέως) τους ίδιους τους δημιουργούς και τους εργαζόμενους στην παραγωγή, από τους σχετικούς πόρους εκμετάλλευσης του έργου τους.

Το εύλογο επιχείρημα που προβάλλει η πολιτιστική βιομηχανία και πολλοί επαγγελματικοί φορείς είναι πως μια τέτοια “απελευθέρωση” λειτουργεί μακροπρόθεσμα ως “μπούμερανγκ” για την ίδια την κοινωνία και τον πολιτισμό. Μειωμένα έσοδα από την εμπορία των πολιτιστικών προϊόντων ισοδυναμούν με περικοπές δαπανών και προϋπολογισμών για την παραγωγή, και άρα, χαμένες θέσεις εργασίας σε όλο το φάσμα των πολιτιστικών βιομηχανιών, απλήρωτους δημιουργούς και εργαζόμενους, και, τελικά, περιορισμό στο ίδιο το εύρος και την ποικιλία της σύγχρονης πολιτιστικής δημιουργίας επαγγελματικού επιπέδου, η οποία οδηγείται προοδευτικά σε συνολική συρρίκνωση.

Αντίθετα, οι χρήστες που υπερασπίζονται την άμβλυση της νομοθεσίας προάσπισης της πνευματικής ιδιοκτησίας (ή και την κατάργηση κάθε περιορισμού στη χρήση των πολιτιστικών προϊόντων εξαιτίας της) ισχυρίζονται μεταξύ άλλων<sup>19</sup>, πως οι εταιρείες διανομής συχνά αισχροκερδούν σε βάρος τους, ενώ μια ανεμπόδιστη διάθεση των προϊόντων θα πλούτιζε την κοινωνία και τα πολιτιστικά της κεφάλαια αφού θα προσφέρονταν τα πάντα προς τους πάντες χωρίς κανενός είδους (ταξική, γεωγραφική ή άλλη) διάκριση.

### **Οι εταιρείες ή οι δημιουργοί;**

Ποιοι ωστόσο είναι αυτοί οι “κάτοχοι δικαιωμάτων” που εκμεταλλεύονται τα έργα και συχνά αισχροκερδούν, όπως κατηγορούνται, σε βάρος των χρηστών ενώ, την ίδια στιγμή, αναχαιτίζουν τη λαϊκή δημιουργικότητα, την επιμόρφωση και την οικονομική ανάπτυξη; Είναι μόνον οι παγκόσμιοι και πανίσχυροι όμιλοι multimedia (τύπου Sony, Time Warner και Disney)

<sup>19</sup> Άλλα επιχειρήματα τίθενται, όπως αναφέρθηκε, στη βάση της υπεράσπισης της ελευθερίας χρήσης νόμιμα αποκτηθέντων προϊόντων, ή της ευρύτερης ενθάρρυνσης της κοινωνικής επιμόρφωσης, ψυχαγωγίας και δημιουργικότητας, χωρίς τους περιορισμούς του copyright, κ.ό.κ.

ή είναι το πλήθος των δημιουργών και καλλιτεχνικών συντελεστών που προσπαθούν να ζήσουν από τη δουλειά τους;

Στο σημείο αυτό, ανακύπτει μια σημαντική διάκριση μεταξύ όσων, συνήθως από κοινού, αντιτάσσονται στην πειρατεία: Ανάλογα με την εθνική νομοθεσία και τις εμπορικές πρακτικές σε κάθε χώρα (και επιχειρηματική βαθμίδα), οι κάτοχοι των πνευματικών δικαιωμάτων διαφοροποιούνται ανάμεσα:

α) στους ίδιους τους **δημιουργούς**, και

β) τις **εταιρείες** παραγωγής και διανομής που εκμεταλλεύονται τα έργα τους (ή και σε μεικτά σχήματα, όπου αμφότεροι διατηρούν ποσοστά επί της εκμετάλλευσης των έργων).

Έτσι, ενώ στην Ευρώπη η σχετική νομοθεσία (βλ. droit d' auteur) μάλλον προμοδοτεί, σε γενικές γραμμές, τους ίδιους τους *δημιουργούς*<sup>20</sup>, αναγνωρίζοντάς τους λχ. το απαράγραφο “ηθικό δικαίωμα” στο έργο τους και μόνον κατόπιν ρητής συμφωνίας τους με τις εταιρείες παραγωγής–διανομής, τη μερική ή ολική εκχώρηση των δικαιωμάτων τους σε αυτές (έναντι κάποιου ποσοστού ή / και αμοιβής), στις ΗΠΑ και τον αγγλοσαξονικό κόσμο, απεναντίας, οι εταιρείες–στόύντιο εξαγοράζουν τα πνευματικά δικαιώματα των δημιουργών [copyright] και καθίστανται οι ίδιες εξαρχής οι απόλυτοι κάτοχοι των έργων και κύριοι της κατά το δοκούν εκμετάλλευσής τους.<sup>21</sup>

Παρά την ύπαρξη τέτοιων διακρίσεων σε εθνικό (αλλά και σε συμβατικό κατά περίπτωση) επίπεδο, πολλοί μελετητές εντοπίζουν ως παγκοσμίως κυρίαρχη την *τάση μεταφοράς των δικαιωμάτων εκμετάλλευσης του πνευματικού έργου από τους ίδιους τους δημιουργούς, που καταρχήν ανήκουν, στις εταιρείες παραγωγής και διανομής*,<sup>22</sup> οι οποίες, και λόγω υπέρτερης οικονομικής ισχύος, είναι συχνά σε θέση να υπαγορεύουν τους όρους τους σε “λεόντειες” συμβάσεις και να παρακάμπτουν τις προβλέψεις για προστασία των συμφερόντων των δημιουργών ακόμα και των πιο ευνοϊκών υπέρ των τελευταίων νομοθετημάτων.<sup>23</sup>

<sup>20</sup> Μιλώντας για “δημιουργούς” [authors] στο οπτικοακουστικό συνήθως αναφερόμαστε στον σκηνοθέτη, τον σεναριογράφο και τον μουσικοσυνθέτη. Ωστόσο κι εδώ υπάρχουν διαφορετικές ερμηνείες και νομοθετήματα ανά ευρωπαϊκό κράτος. Για την έννοια του δημιουργού στην ευρωπαϊκή νομοθεσία βλ. Marjut Salokannel, *Ownership of rights in audiovisual productions : a comparative study*, The Hague, Boston: Kluwer Law International, 1997.

<sup>21</sup> Σε πολύ γενικές γραμμές, το “droit d' auteur” αναγνωρίζει τα ηθικά δικαιώματα (moral rights) στον δημιουργό και ορίζει πως τα πνευματικά δικαιώματα μπορούν να ανήκουν μόνο σε φυσικό πρόσωπο. Αντίθετα, το αμερικανικό σύστημα (copyright) αντιμετωπίζει τον δημιουργό περισσότερο ως υπάλληλο της εταιρείας παραγωγής (studio), του στερεί τα ηθικά δικαιώματα που απορρέουν από την πνευματική ιδιοκτησία του, ενώ δέχεται ότι το copyright μπορούν να το κατέχουν εξαρχής εταιρείες και νομικά πρόσωπα, αντί για φυσικά.

Περισσότερα: [http://en.wikipedia.org/wiki/Copyright\\_law\\_of\\_France#Difference\\_between\\_copyright\\_and\\_droit\\_d.E2.80.99auteur\\_for\\_audiovisual\\_and\\_cinematographic\\_works](http://en.wikipedia.org/wiki/Copyright_law_of_France#Difference_between_copyright_and_droit_d.E2.80.99auteur_for_audiovisual_and_cinematographic_works)

<sup>22</sup> Hesmondhalgh, *ό.π.*, p. 72, 73 και 154 : «Ενώ η δυτική νομοθεσία περί πνευματικής ιδιοκτησίας υποτίθεται ότι προστατεύει κάθε δημιουργό ατομικά στο όνομα των γενικότερων συμφερόντων δημιουργών και χρηστών, στην πράξη τα δικαιώματα πνευματικής ιδιοκτησίας τείνουν να κατέχονται από εταιρείες (οι οποίες –άλλο ένα από τα αλλόκοτα της σύγχρονης νομοθεσίας- ορίζονται ως ‘άτομα’ για τις ανάγκες των σχετικών συμβάσεων)»

<sup>23</sup> «(...) Οι μάχες μεταξύ δημιουργών και εταιρειών καταλήγουν σε κάποια μεταξύ τους συμβόλαια. Κάτω από την ευρύτερη κάλυψη των εθνικών νομοθεσιών περί πνευματικής ιδιοκτησίας, αυτά τα συμβόλαια καθορίζουν ποιοι δημιουργικοί συντελεστές παίρνουν τι ποσοστό των εσόδων ή των κερδών, για πόσο



Έτσι, οι ίδιοι οι δημιουργοί, οι άνθρωποι δηλαδή που έχουν αφοσιωθεί επαγγελματικά στην τέχνη τους και προσπορίζονται από αυτήν –προσπορισμός εξαιρετικά δύσκολος, με εργασιακές συνθήκες υψηλού άγχους, αβεβαιότητας, χαμηλών αμοιβών και υποαπασχόλησης, μια πραγματικότητα εντελώς αντίθετη με την εικόνα του κοινού για τους λίγους καλοπληρωμένους σταρ που προβάλλονται στα media<sup>24</sup>- χωρίς ισχυρή συλλογική ισχύ, ανήμποροι να ελέγξουν μια αγορά που γίνεται όλο και πιο ανταγωνιστική και πολύπλοκη, καθώς κερματίζεται και συμπιέζεται σε περιθώρια κέρδους, καταλήγουν είτε να παραχωρούν όσο-όσο τα δικαιώματά τους στις εταιρείες είτε να τα διατηρούν υφιστάμενοι οι ίδιοι τα δεινά μιας ολιγοπωλούμενης από τους μεγάλους “παίκτες” της διανομής<sup>25</sup> όπως και τις –άμεσες και έμμεσες- απώλειες από την on line πειρατεία.

Τέλος, μιλώντας κανείς εν γένει για εταιρείες παραγωγής και εκμετάλλευσης, και πάλι, δεν θα πρέπει να έχει στο μυαλό του αποκλειστικά τους πανίσχυρους παγκόσμιους ομίλους Μέσων και Ψυχαγωγίας, που ολιγοπωλούν την παγκόσμια αγορά πολιτισμού, αλλά, αντιθέτως, να συνυπολογίζει τον μεγάλο αριθμό μικρότερων και «ανεξάρτητων» εταιρειών που δραστηριοποιούνται στον χώρο και προσπαθούν να επιβιώσουν απέναντι στους πρώτους<sup>26</sup>. Επομένως, μια νέα διάκριση μεταξύ των πανίσχυρων ομίλων με δεσπόζουσα θέση στον οξυμένο ανταγωνισμό, και των πολυάριθμων μικρότερων εταιρειών παραγωγής και διανομής είναι απολύτως αναγκαία, προκειμένου να αναλύσει κανείς ορθότερα τις ανταγωνιστικές δυνάμεις και τα διακριτά συμφέροντά τους.

### **Η πειρατεία ως μάρκετινγκ;**

Μια άλλη σύγκρουση αναπτύσσεται στο εσωτερικό των ίδιων των πολιτιστικών βιομηχανιών και παίρνει τη μορφή στάθμισης δύο αντίρροπων στρατηγικών: με δεδομένη την ύπαρξη της πειρατείας, τι είναι προτιμότερο· μια αυστηρότερη πολιτική περιφρούρησης των δικαιωμάτων εκμετάλλευσης των πολιτιστικών προϊόντων (με κίνδυνο τη συρρίκνωση του αγοραστικού κοινού) ή, αντίθετα, η επίδειξη μιας σχετικής ανοχής στο φαινόμενο και η προσπάθεια αξιοποίησής του στα πλαίσια μιας φτηνής και αποτελεσματικής στρατηγικής προώθησης και διαφήμισης κάποιων προϊόντων τους στους χρήστες;

Σύμφωνα με τους υποστηρικτές της δεύτερης πολιτικής, η ανοχή στην πειρατεία μπορεί να αναπληρώσει κατά έναν τρόπο τις απαιτούμενες δαπάνες μάρκετινγκ και

---

*διάστημα και ποιος έχει το δικαίωμα να ορίσει τις χρήσεις του πολιτιστικού προϊόντος που παρήχθη υπό τους όρους του συμβολαίου. Αυτά τα συμβόλαια, με την εξαίρεση ελαχίστων περιπτώσεων (σουπερστάρ), είναι εξαιρετικά ευνοϊκά για τις εταιρείες και σε βάρος των δημιουργών»*, Hesmondhalgh, *ό.π.*, p. 72. Χαρακτηριστική είναι η τελευταία κοινή ανακοίνωση (Απρ. '12) από τρεις οργανισμούς ευρωπαϊών δημιουργών -FSE, FERRA και SAA- ενάντια στα σωρευτικά συμβόλαια εξαγοράς (buyout contracts) τα οποία και ευνοούν υπέρμετρα τις εταιρείες παραγωγής και διανομής του έργου τους στα διάφορα μέσα (βλ. <http://senariografoi.gr/gr/news/announcements/i542>)

<sup>24</sup> Ενδεικτικά μόνο, Hesmondhalgh, D., *ό.π.*, p. 72,73, Justin O' Connor, “The cultural and creative industries”, 2007, p. 52 (: Ross, 2003, McRobbie, 2002; Bilton, 2007; Banks, 2007)

<sup>25</sup> Ενδεικτικά μόνον, *Value chain restructuring in the global film industry*, Angus Finney, 2010, p. 4, ([http://ec.europa.eu/culture/media/programme/docs/public\\_cons\\_media2010/44.pdf](http://ec.europa.eu/culture/media/programme/docs/public_cons_media2010/44.pdf)), και γενικότερα: [www.portal.unesco.org/culture/en](http://www.portal.unesco.org/culture/en) : 25 *Questions on Culture, Trade and Globalisation*

<sup>26</sup> Hesmondhalgh, D., *ό.π.*, p. 2.

διαφήμισης, από τη μεριά της διανομής.<sup>27</sup> Σημειωτέον, αυτές οι δαπάνες προβάλλουν όλο και μεγαλύτερες σε μια κερματισμένη αγορά, όπως η σημερινή, όπου η προσφορά “περιεχομένων” [content] αυξάνει διαρκώς και ο ανταγωνισμός σε προϊόντα και υπηρεσίες πολιτιστικής υφής οξύνεται δραματικά. Σε αυτή τη λογική, είναι ενδεχομένως προτιμότερο οι ίδιες οι εταιρείες να υιοθετούν πολιτικές ελεγχόμενης δωρεάν απελευθέρωσης ή υπερβολικά χαμηλής τιμολόγησης των προϊόντων τους, προκειμένου να τα διαφημίσουν αποτελεσματικότερα (αλλά και να περιορίσουν τα διαφυγόντα έσοδα εξαιτίας της ανεξέλεγκτης πειρατικής χρήσης) ενώ, ταυτόχρονα, παρουσιάζουν έτσι ένα πρόσωπο φιλικότερο και πιο “γενναιόδωρο” απέναντι στους χρήστες (εμπλεκόντάς τους συχνά, ως αντάλλαγμα, σε δίκτυα μακροπρόθεσμων σχέσεων ‘εμπιστοσύνης’ και συναλλαγών).<sup>28</sup>

Αντίστοιχα, στο επίπεδο της μικρής και “ανεξάρτητης” παραγωγής, είναι και πάλι ενδεχόμενο μια πλατιά “πειρατική” κυκλοφορία μιας ταινίας να αποδείξει στις εταιρείες διανομής και εκμετάλλευσης ότι το προϊόν που αρχικά απέφευγαν ως μη “εμπορικό”, έχει κάποιο δικό του κοινό και άρα περιθώρια παραγωγής εσόδων.<sup>29</sup>

### **“Hollywood vs Silicon Valley”**

Η σύγκρουση αυτή απηχεί μια βαθύτερη σύγκρουση συμφερόντων και προτεραιοτήτων ανάμεσα σε δυο “συνεργατικούς-ανταγωνιστικούς” πόλους: από τη μία, οι δημιουργοί και οι παραδοσιακοί διανομείς του ΟΠΜ, οι οποίοι θέλουν να διασφαλίσουν τους καλύτερους όρους προστασίας των εσόδων τους, και από την άλλη, τα ευρύτερα και ισχυρότερα οικονομικά συμφέροντα των κλάδων πληροφορικής και επικοινωνιών: οι πάροχοι δικτύωσης [ISPs], οι κατασκευαστές ψηφιακών συσκευών και μέσων, αλλά και οι ποικίλες πλατφόρμες διαχείρισης και κατανάλωσης ‘περιεχομένων’ (από το *Youtube* μέχρι το *Facebook*) - οι οποίοι λίγο-πολύ αντιμετωπίζουν το ΟΠΜ ως ένα αναγκαίο συμπλήρωμα στα ευρύτερα περιεχόμενα των καταλόγων τους, έναν ελκυστή πελατών στις υπηρεσίες τους ή έναν πρόσθετο λόγο να αποκτήσει (ή αναβαθμίσει) κανείς μια ψηφιακή συσκευή.<sup>30</sup>

Είναι φανερό, πως οι δεύτεροι, γνωρίζουν ότι η πειρατεία (δηλαδή η ελεύθερη μαζική ανταλλαγή αρχείων στο ίντερνετ και η απρόσκοπτη κυκλοφορία τους σε media players,

<sup>27</sup> «(...) Ποιος χρειάζεται μια βαριά διαφημιστική καμπάνια όταν υπάρχει το BitTorrent;” (“Indie movie explodes on BitTorrent, makers bless piracy”, 10.11.2009, <http://torrentfreak.com/indie-movie-explodes-on-bittorrent-makers-bless-piracy-091110/>)

<sup>28</sup> Ανάμεσα στα παραδείγματα υιοθέτησης της πειρατείας ως αποτελεσματικό μέσο προώθησης του ΟΠΜ, μπορεί να αναφερθεί λ.χ. η ίδια η ανάπτυξη του φτωχού ψηφιακού κινηματογράφου της Νιγηρίας (βλ. *The Rise of Nollywood; creators, entrepreneurs, an pirates*, Arewa, Ol., Legal studies research paper series no 2012-2011, 2012, <http://ssrn.com/abstract=2011980> )

<sup>29</sup> Χαρακτηριστική η περίπτωση της εντελώς ανεξάρτητης ταινίας *Ink* (2009), αυτοδιανεμόμενη και με κόστος περ. \$0,25 εκ., που μετά από 400 χιλιάδες παράνομα “κατεβάσματα” ανέβηκε σε δημοφιλία και βρήκε διανομή μέσα από τους καταλόγους μεγάλων πλατφορμών κατανάλωσης όπως το Netflix ή το Blockbuster. Ωστόσο οι δημιουργοί της ταινίας σε καμία περίπτωση δεν μετέφρασαν την πειρατική διακίνηση σε αληθινά οικονομικά κέρδη γι αυτούς. (“Two filmmaker’s view on movie piracy”, C. Abaius, *FSR*, 22.5.2010, <http://www.filmschoolrejects.com/news/ink-producer-responds-to-piracy-colea.php>)

<sup>30</sup> Ως γνωστόν, το HD video, το 3D ή τα εξελιγμένα video games ωθούν ολόκληρη τη βιομηχανία τηλεπικοινωνιών και ψηφιακών συσκευών λόγω των υψηλότερων απαιτήσεών τους σε απόδοση, μήνες και ταχύτητες.



υπολογιστές, ψηφιακές μνήμες κ.λπ.), όχι μόνο δεν απειλεί τα έσοδά τους αλλά, αντίθετα, είναι ένας βασικός συντελεστής για την παραπέρα αύξησή τους. Οι χρήστες πληρώνουν για γρήγορες συνδέσεις, δυνατούς επεξεργαστές, ευρύχωρες μνήμες, φορητές συσκευές και εξελιγμένα media players ακριβώς και για να μπορούν να καλλιεργήσουν περισσότερο το αγαπημένο τους νέο χόμπι: το παράνομο “κατέβασμα” πολιτιστικών προϊόντων και την ελεύθερη διαχείρισή τους, πέρα από κάθε παλιότερο φραγμό.<sup>31</sup>

Ας μη λησμονείται, ότι ο ευρύτερος κλάδος πληροφορικής και επικοινωνιών θεωρείται ως ένας από τους πλέον καίριους για την περαιτέρω παγκόσμια οικονομική ανάπτυξη, με τεράστια κεφάλαια και προσδοκίες επενδυμένα σε αυτόν, πολλαπλάσιους τζίρους σε σχέση με την πολιτιστική βιομηχανία, καθώς και χιλιάδες εργαζόμενους και πληθώρα δυναμικών επιχειρήσεων να δραστηριοποιούνται εντός του - από πολλά υποσχόμενες “start-ups” εταιρείες μέχρι αληθινούς επιχειρηματικούς κολοσσούς όπως η Apple, η Microsoft κ.ό.κ..<sup>32</sup>

### **Μορφές διαδικτυακής πειρατείας**

Παλιότερες προβλέψεις ερευνητών της Microsoft για την αδυναμία ριζικής καταπολέμησης της ψηφιακής πειρατείας καθώς και για την ενδυνάμωση ενός “Σκοτεινού Δικτύου” (Darknet) στηριγμένου στις παραβατικές χρήσεις των ψηφιακών αρχείων, μοιάζουν να επιβεβαιώνονται.<sup>33</sup>

Οι βασικές μορφές της διαδικτυακής πειρατείας σήμερα μπορούν να συνοψιστούν σε δύο: είτε μέσω ομότιμων δικτύων ανταλλαγής ψηφιακών αρχείων (βλ. Peer-to-peer, P2P) που χρησιμοποιούν πρωτόκολλα τύπου BitTorrent<sup>34</sup> (πχ. Pirate Bay) ή άλλα κατάλληλα προγράμματα (πχ. eDonkey)<sup>35</sup> είτε μέσω διαφόρων δικτυακών φόρουμ και ιστοτόπων (cyberlockers), που προσφέρουν πρόσβαση σε συνδέσεις απευθείας κατεβάσματος [direct download] ή ζωντανής ροής βίντεο [streaming] (βλ. “Internet video to PC”, on line streaming activity). Αν και μέχρι σήμερα η πρώτη μορφή είναι η πιο διαδεδομένη, αμφότερες προβλέπεται να αυξηθούν σημαντικά στα αμέσως επόμενα χρόνια, όσο οι ταχύτητες σύνδεσης και οι χώροι αποθήκευσης αυξάνουν, και οι χρήστες εξοικειώνονται περισσότερο με αντίστοιχες πρακτικές.<sup>36</sup> Χαρακτηριστικό είναι πως οι χρόνοι “κατεβάσματος” μιας ταινίας

<sup>31</sup> Αποκαλυπτικές για τα παραπάνω είναι οι προβλέψεις για τετραπλασιασμό του όγκου των data που θα διακινηθούν στο ίντερνετ μεταξύ 2009 και 2014, εκ των οποίων πάνω από το 90% αφορά σε δακίνηση κάποιας μορφής βίντεο (TV, VoD, Internet video και P2P), βλ. *Hyperconnectivity and the Approaching Zettabyte Era*, Cisco Visual Networking Index, 2.6.2010, p. 2

<sup>32</sup> Ενδεικτικό για τη σύγκρουση “Hollywood vs Silicon Valley”, το παλιότερο άρθρο “Copyright Issues: Digital Divide”, Drew Clark & Bara Vaida, *National Journal's Technology Daily*, 6.9.2002

<sup>33</sup> Βλ. “The Darknet and the Future of Content Distribution” (Biddle et al., 2002)

<sup>34</sup> Το πλέον διαδεδομένο πρωτόκολλο για μοίρασμα αρχείων, που αναπτύχθηκε το 2003 και διευκόλυνε-επιτάχυνε πολύ τη διαδικτυακή ανταλλαγή περιεχομένων.

<sup>35</sup> Ειδικότερα για τα ομότιμα δίκτυα, και πέρα από την άσκηση πειρατικής δραστηριότητας μέσα από αυτά, θα πρέπει να αναγνωριστεί πως αποτελούν μια εξαιρετικά αποδοτική τεχνολογία για την αποθήκευση και διανομή ψηφιακών αρχείων, η οποία δεν απαιτεί την χρήση ενός αποκλειστικού εξυπηρετητή και συγκαταλέγεται από πολλούς στις «οικονομίες των δωρεών» [gift economies] που αναπτύχθηκαν μέσα από διαδικτυακές καινοτομίες (Benkler, 2006, Currah, 2007b)

<sup>36</sup> Για τις διακριτές μορφές της on line πειρατείας βλ. Tera Consultants, *Building A Digital Economy: The Importance of Saving Jobs in EU's Creative Industries*, Μάρτιος 2010, p. 39, 40. Για πιο ενδελεχή ανάλυση και παραδείγματα, *Video on demand and catch-up TV in Europe*, EAO 2009, p. 62-65.

(700MB), σε ειδικές “προσφορές” τέτοιων υπηρεσιών, έχουν περιοριστεί σε δέκα λεπτά (το 2009) ή και λιγότερο.<sup>37</sup>

Ωστόσο, στην εξάπλωση της κινηματογραφικής πειρατείας, το κρισιμότερο σημείο για την παραβίαση της πνευματικής ιδιοκτησίας είναι η παράνομη αντιγραφή-εγγραφή και “διαρροή” μιας ταινίας στο ίντερνετ ταυτόχρονα με το άνοιγμά της στις αίθουσες (ή και πριν από αυτό κάποιες φορές). Αυτή ακριβώς η παραβατική πρακτική στην έναρξη της αλυσίδας εκμετάλλευσης μιας ταινίας αποτελεί την κορυφή στην πυραμίδα ανάπτυξης της παράνομης διανομής, συνδέεται συχνά με οργανωμένα συμφέροντα, και συνεπάγεται τις μεγαλύτερες απώλειες για τους νόμιμους κατόχους των δικαιωμάτων εκμετάλλευσης.<sup>38</sup> Αντίστοιχα, η δυνατότητα ενός ταυτόχρονου παγκόσμιου ανοίγματος μιας ταινίας στις αίθουσες (βλ. digital cinema distribution) καθώς και το νωρίτερο άνοιγμα των τίτλων σε νόμιμες Video on Demand πλατφόρμες, υπολογίζεται πως θα μείωνε την ανάγκη για πειρατική κατανάλωση.<sup>39</sup>

### **Νομοθεσία**

Οι σχετικές εθνικές νομοθεσίες έχουν, εν πολλοίς, επωμιστεί την ευθύνη για μια αμοιβαία εξισορρόπηση των πολλαπλών αντικρουόμενων συμφερόντων (βλ. παραπάνω), συνυπολογίζοντας σε αυτήν τη δύσκολη εξίσωση τόσο την προστασία των πολιτιστικών βιομηχανιών όσο και την ανάγκη των χρηστών για ελευθερία στην πρόσβαση και τις χρήσεις. Πρόσφατα αντιπροσωπευτικά παραδείγματα έννομης καταπολέμησης της πειρατείας αποτελούν οι κλιμακωτές κυρώσεις [graduate response, “three strikes” laws] από τους παρόχους διαδικτυακής σύνδεσης στους συνδρομητές τους που παραβιάζουν τα πνευματικά δικαιώματα, καθώς και οι απαγορεύσεις ιστοτόπων και δικτύων μοιράσματος ψηφιακών αρχείων (peer to peer, BitTorrent sites) εντός των οποίων συντελείται κατά κόρον παράνομη διακίνηση πειρατικού υλικού.<sup>40</sup> Πέραν αυτών, οι δημιουργικές βιομηχανίες επιχειρούν τη βελτίωση της τεχνολογίας προστασίας των τίτλων τους (βλ. DRM) παράλληλα με μια συντονισμένη προσπάθεια ενημέρωσης του κοινωνικού συνόλου για τις επιπτώσεις της πειρατείας στην οικονομία, την καλλιτεχνική παραγωγή και την απασχόληση.

<sup>37</sup> *Building A Digital Economy*, ό.π., p. 40

<sup>38</sup> βλ. MPA’s “Pyramid of Internet Piracy” (*Video on demand and catch-up TV in Europe*, p. 64)

<sup>39</sup> Danaher, Brett & Waldfoegel, Joel, *Reel Piracy: The Effect of Online Piracy on International Box Office Sales*, Working Paper Series, 16.1.2012

<sup>40</sup> Τέτοιοι νόμοι εφαρμόζονται ήδη στη Γαλλία, τη Ν. Κορέα, την Αγγλία και τη Νέα Ζηλανδία, ενώ σταδιακά και με ηπιότερες κυρώσεις ενεργοποιούνται και οι αμερικανοί ISPs (<http://articles.latimes.com/2011/jul/08/opinion/la-ed-piracy-20110708>) ενώ αξιοσημείωτη είναι και η εφαρμογή του νόμου IPRED στη Σουηδία, που ανάγκασε τους ISPs να αποκαλύπτουν τις ταυτότητες των χρηστών που εμπλέκονται σε πειρατική δραστηριότητα (Απρ. 2009). Σε ό,τι αφορά στους ιστοτόπους και στις διώξεις τους, οι πιο χαρακτηριστικές περιπτώσεις είναι η καταδίκη του *Mininova* από ολλανδικό δικαστήριο (Νοέμβρ. 2009), για παραβίαση δικαιωμάτων πνευματικής ιδιοκτησίας, με σημαντικά αποτελέσματα στη μείωση της πειρατικής δραστηριότητας, το κλείσιμο του *Limewire*, του μεγαλύτερου P2P δικτύου των ΗΠΑ, τον Οκτώβριο του 2010, με επίσης θεαματικά αποτελέσματα στην παράνομη δραστηριότητα ([https://www.npd.com/press/releases/press\\_110323.html](https://www.npd.com/press/releases/press_110323.html)), καθώς και το μπλοκάρισμα του *Pirate Bay* (ο πιο δημοφιλής BitTorrent ιστότοπος παγκοσμίως) στην Ιταλία (Φεβρ. 2010) και τη Δανία, και η καταδίκη τριών υπευθύνων του στη Σουηδία (Νοέμβρ. 2010) (<http://www.ifpi.org/content/library/DMR2011.pdf> , p.11, 18, 19)

### Τα μεγέθη της πειρατείας και το οικονομικό τους ισοδύναμο

Φτάνοντας στην κρίσιμη αποτίμηση των μεγεθών για την οπτικοακουστική βιομηχανία, ο όγκος της παράνομης διακίνησης “περιεχομένων” στο διαδίκτυο είναι εντυπωσιακός. Σύμφωνα, για παράδειγμα, με έκθεση της *In-Stat* (Ιούνιος 2009), 14 δισεκατομμύρια ταινίες και ο/α προγράμματα “κατεβαίνουν” από αμερικανούς χρήστες ετησίως και το 85% εξ αυτών είναι παράνομο.<sup>41</sup> Αντίστοιχα, στη Ρωσία παρατηρούνταν κατά μέσο όρο ένα εκατομμύριο παράνομα “κατεβάσματα” για κάθε εγχώρια ταινία, ήδη από την πρώτη εβδομάδα κινηματογραφικής προβολής της. Χώρες όπως η Κίνα, η Ρωσία ή η Ινδία, άλλωστε, θεωρούνται ως οι κατεξοχήν πηγές της πειρατικής διαρροής στην κινηματογραφική διανομή. Αλλά και για τις τηλεοπτικές σειρές μυθοπλασίας η εικόνα δεν διαφέρει ουσιαστικά· κάθε επεισόδιο πχ. της αμερικανικής σειράς *Heroes* (2009) υπολογίζεται ότι “κατέβηκε” παράνομα 6,6 εκατομμύρια φορές.<sup>42</sup>

Με βάση έκθεση του *Institute for Policy Innovation* (IPI), το 2006, οι συνολικές απώλειες εσόδων για τις ΗΠΑ μόνον εξαιτίας της πειρατείας των ταινιών αγγίζουν τα **\$20,5 δις** ετησίως.<sup>43</sup> Όσον αφορά στην απασχόληση εξάλλου, μόνο στην ΕΕ, μέχρι το 2015 υπολογίζεται ότι μπορεί να χαθούν μέχρι και **1,2 εκατομμύρια θέσεις εργασίας** στον διευρυμένο κλάδο των “δημιουργικών βιομηχανιών” [creative industries], απώλειες ισοδύναμες με **€240 δις συνολικά**, εξαιτίας, κατά κύριο λόγο, της διαδικτυακής πειρατείας.<sup>44</sup>

Σε κάθε περίπτωση, προτού κανείς βιαστεί να αποδεχτεί την αξία τέτοιων υπολογισμών, πρέπει να είναι εξαιρετικά προσεκτικός. Κι αυτό γιατί *πολύ δύσκολα μπορεί να τεκμηριωθεί με ασφάλεια η αναγωγή του όγκου της πειρατείας σε ακριβείς απώλειες αντίστοιχων εσόδων για την οπτικοακουστική βιομηχανία*.<sup>45</sup> Με άλλα λόγια, κανείς δεν μπορεί να γνωρίζει σε ποιον βαθμό οι χρήστες, εάν δεν είχαν τη δυνατότητα παράνομης πρόσβασης σε ψηφιακό περιεχόμενο, θα ήταν πρόθυμοι όντως να χρεωθούν για να το αποκτήσουν.

Μια αρκούντως αιρετική άποψη, άλλωστε, ισχυρίζεται, όπως είδαμε, πως το ακριβώς αντίθετο συμβαίνει· οι υψηλοί, δηλαδή, όγκοι πειρατείας συντελούν στην αποδοτικότερη οικονομική εκμετάλλευση αυτών των ίδιων προϊόντων<sup>46</sup>, και, μακροχρόνια, συνεισφέρουν

<sup>41</sup> *Video on demand and catch-up TV in Europe*, European Audiovisual Observatory, 2009, p. 72.

<sup>42</sup> “NBC’s *Heroes* tops TV’s most pirated list in 2009”, S. Axon, *Mashable Business*, 4.1.2010, <http://mashable.com/2010/01/04/heroes-pirated/>

<sup>43</sup> *The True Cost of Motion Picture to U.S. Economy*, St. E. Siwek, Institute for Policy Innovation, 2006, [http://nbcuni.tv/About\\_NBC\\_Universal/Intellectual\\_Property/pdf/Motion\\_Picture\\_Piracy.pdf](http://nbcuni.tv/About_NBC_Universal/Intellectual_Property/pdf/Motion_Picture_Piracy.pdf)

<sup>44</sup> *Building A Digital Economy*, ό.π.

<sup>45</sup> Για παράδειγμα, η παραπάνω έκθεση της Tera δέχεται συνήθως την ύπαρξη ενός “ποσοστού υποκατάστασης” (substitution rate) 10% για την ψηφιακή πειρατεία, που σημαίνει ότι, εάν αυτή δεν υφίστατο, τα 100 πχ. σημερινά παράνομα “κατεβάσματα” θα υποκαθίσταντο από 10 νόμιμες πωλήσεις (ό.π., p. 19,20). Αντίστοιχη λχ. επισήμανση: «ο βαθμός κατά τον οποίο η πειρατεία επηρεάζει τη συμπεριφορά όσων πηγαίνουν κινηματογράφο και όσων καταναλώνουν ταινίες σε άλλες πλατφόρμες μένει να διερευνηθεί. Δεν μπορεί κανείς να γνωρίζει εάν ένα δολάριο που χάνεται στην πειρατεία είναι ένα δολάριο που άλλως οι διανομείς θα το εισέπρατταν πχ. από κινηματογραφικά εισιτήρια ή πωλήσεις DVD» (Eliashberg κ.ά., 2006, p. 652)

<sup>46</sup> Ενδεικτικά, η έκθεση *Privacy or Promotion? The Impact of Broadband Internet Penetration on DVD Sales* των M. D. Smith & R. Telang, η οποία εξετάζοντας τα έτη 2000-2003 υποστηρίζει πως η επέκταση της ευρυζωνικής χρήσης του ίντερνετ ίσως συντέλεσε στην αύξηση των πωλήσεων DVD (*Video on demand and catch-up TV in Europe*, EAO 2009, p. 73)

μάλιστα στη διαμόρφωση ενός ευρύτερου δυνάμει αγοραστικού κοινού. Με άλλα λόγια, εάν δεν εμπλέκονταν οι χρήστες σε εντατικά δίκτυα πειρατικής αναζήτησης και διαχείρισης τίτλων, τότε και οι γνώσεις και το ενδιαφέρον τους για τέτοια προϊόντα θα ήταν σαφώς πιο περιορισμένα και, ενδεχομένως, ποτέ δεν θα έφταναν να αγοράσουν ένα νόμιμο DVD, να επισκεφθούν μια κινηματογραφική αίθουσα ή να αρχίσουν να δημιουργούν την προσωπική τους ταινιοθήκη, στηριγμένη συχνά σε αυθεντικές, καθόλα νόμιμες και ποιοτικές εκδόσεις.

Ακολουθώντας αυτό το σκεπτικό, το ίντερνετ, καθώς λειτουργεί ως ένας, εν πολλοίς ανεξέλεγκτος ακόμα, “**υπερδιανομέας**” ψηφιακών αρχείων, καθίσταται και **βασικός μοχλός διαμόρφωσης ενός νέου αγοραστικού κοινού**, το οποίο υιοθετεί στο δικό του ψηφιακό περιβάλλον νέους τρόπους διαχείρισης, αναζήτησης, σχολιασμού, μοιράσματος και αναδιανομής πολιτιστικών προϊόντων, τα οποία ανακαλύπτει “σερφάροντας” στο διαδίκτυο, τα ξεχωρίζει, τα αξιολογεί και συνδέεται προσωπικά μαζί τους, συχνά έξω από τα προγενέστερα συμβατικά κανάλια της ανελαστικής διανομής και κατανάλωσης (βλ. “hit driven market”). Η διαρκής διαθεσιμότητα των ψηφιακών τίτλων, έστω και σε παραβατικές, πειρατικές χρήσεις, συντελεί σε ένα μαζικό “εκδημοκρατισμό” της αγοράς, αφού επιτρέπει δυναμικά σε όλους να βρίσκουν οτιδήποτε, πέρα από τους προγενέστερους περιορισμούς της ανελαστικής φυσικής διανομής (χρόνοι και κόστη διανομής, φυσικές διαθεσιμότητες και αποθηκευτικές δυνατότητες στα προϊόντα).<sup>47</sup>

Σε μια ‘αισιόδοξη’ προοπτική, η ανεμπόδιστη on-line χρήση αυξάνει σίγουρα τον όγκο της κατανάλωσης ΟΠΜ και, σε δεύτερη φάση, ενδέχεται να αυξήσει και τα έσοδα από την αύξηση της νόμιμης ζήτησης και την προοδευτική εκμετάλλευση των νόμιμων και ελεγχόμενων Video On Demand υπηρεσιών (σε βαθμό που να αντισταθμίζει τις απώλειες από τις παραδοσιακές αγορές, όπως του DVD).

Προς το παρόν, ωστόσο, ο κίνδυνος για μια παραπέρα εξάπλωση της κουλτούρας “μη χρέωσης” στο κοινό οδηγεί τους φορείς της πολιτιστικής βιομηχανίας να πιέζουν για εφαρμογή νομικών μέτρων περιορισμού της πειρατείας και, ταυτόχρονα, στην αναζήτηση νέων επιχειρηματικών μοντέλων (βλ. υπηρεσίες VoD όπως του *Hulu* ή μεγάλων τηλεοπτικών παρόχων) που θα ανταποκρίνονται πληρέστερα στις απαιτήσεις των χρηστών χωρίς να θέτουν σε κίνδυνο τα εδραιωμένα συμφέροντά τους σε πολύ μεγάλες αγορές όπως το **Home Video** (βλ. DVD και Blu-ray πωλήσεις και ενοικιάσεις) ή τη **συνδρομητική τηλεόραση**. Είναι προφανές, ότι μια κρίση στις παραπάνω βασικές πηγές εσόδων, εξαιτίας, σε μεγάλο βαθμό, της πειρατικής διανομής, θα ισοδυναμούσε με κείμενο πλήγμα στα θεμέλια της οπτικοακουστικής βιομηχανίας, πλήγμα ικανό να συμπαρασύρει σε πτωτική πορεία το σύνολο της επαγγελματικής τουλάχιστον παραγωγής, οδηγώντας σε απώλειες θέσεων εργασίας καθώς και μεγαλύτερη τυποποίηση και συρρίκνωση των προϊόντων της. Η κρίση αυτή εκδηλώνεται ήδη με τη συνεχή πτώση της παγκόσμιας αγοράς του DVD.<sup>48</sup>

<sup>47</sup> Βλ. τη θεωρία της “Μακράς Ουράς” (Anderson, Chris, “The Long Tail”, *Wired*, 12.10.2004, <http://www.wired.com/wired/archive/12.10/tail.html>)

<sup>48</sup> Βλ. λ.χ. “Wholesale DVD revenue drops in 2010”, *SNL Kagan*, 10.5.2011, (<http://www.snl.com/InteractiveX/article.aspx?CDID=A-12741319-13614&KPLT=2>) ή “US DVD sales plummet 20%”, M. Sweney, ή “Hollywood in turmoil as DVD sales drop”, D. Sabbagh, *The*

Μπροστά στον υπαρκτό κίνδυνο, η οπτικοακουστική βιομηχανία δείχνει να αναπροσανατολίζεται σταδιακά από μια φάση πλήρους άρνησης της διαδικτυακής διανομής σε μια κατεύθυνση ελεγχόμενης αξιοποίησής της. Πιο συγκεκριμένα, η βιομηχανία επιδικώνει να προσφέρει νόμιμα τα προϊόντά της με όρους όλο και ανταγωνιστικότερους προς τα πειρατικά, εξασφαλίζοντας έτσι στον χρήστη πέρα από την ασφάλεια της νομιμότητας, χαμηλότερες χρεώσεις, μεγαλύτερες ευκολίες διαχείρισης σε διάφορες συσκευές, εξοικονόμηση χρόνου και προσπάθειας, καλύτερη και διασφαλισμένη ποιότητα υπηρεσιών και περιεχομένων, πρόσθετες προσφορές και υπηρεσίες, άνεση χειρισμών κ.ό.κ.<sup>49</sup> Στόχος εδώ είναι η πειρατεία να καταστεί ουσιαστικά “ασύμφορη” για τον καταναλωτή, και έτσι η οπτικοακουστική βιομηχανία να αποφύγει τη βαθιά κρίση που γνώρισε πρώτη η μουσική, μόλις λίγα χρόνια πριν.

### **Το παράδειγμα της μουσικής βιομηχανίας**

Η προηγηθείσα κρίση της μουσικής βιομηχανίας βρίσκεται στον ορίζοντα κάθε μελέτης και πρόβλεψης για την εξέλιξη του οπτικοακουστικού. Η ψηφιακή πειρατεία χτύπησε πρώτα τη μουσική, ακριβώς επειδή το μικρό μέγεθος των ψηφιακών αρχείων<sup>50</sup> (τραγουδία σε μορφή MP3 κυρίως) και η μη αναγκαιότητα συνοδείας υπότιτλων ή μετάφρασης επέτρεπε μια πολύ ταχύτερη και ανεμπόδιστη διακίνηση του παράνομου υλικού σε σχέση λχ. με το ΟΠΜ. Το γεγονός είχε ως συνέπεια τα έσοδα της μουσικής βιομηχανίας μεταξύ 2004 και 2010 να υποστούν σημαντικότερες **απώλειες της τάξης του 31%** και ο συγκεκριμένος κλάδος να δοκιμάζεται από μια σοβαρή και παρατεταμένη κρίση χωρίς ακόμα ορατή έξοδο από αυτήν.<sup>51</sup> Έτσι, παρά τη ραγδαία άνοδο των νόμιμων ψηφιακών πωλήσεων (π.χ. *iTunes*) και τον πολλαπλασιασμό των αντίστοιχων ψηφιακών υπηρεσιών με τη χρήση διαφόρων επιχειρηματικών μοντέλων (συνδρομητικά, κατά παραγγελία, streaming ή downloading), οι δισκογραφικές εταιρείες εξακολουθούν να κλυδωνίζονται οικονομικά και να περιορίζουν τις δαπάνες τους· οι θέσεις απασχόλησης μειώνονται, οι νέοι και ανεξάρτητοι καλλιτέχνες δυσκολεύονται να δισκογραφήσουν κι ακόμα περισσότερο να γνωρίσουν επιτυχία στα charts, ενώ και οι περιοδείες των μεγάλων συγκροτημάτων γνωρίζουν επίσης πτώση σε

---

*Guardian*, 3.5.2011, ή R. Cooper, *IHS Screen Digest*, 13.3.2012 (<http://www.isuppli.com/Media-Research/News/Pages/Movie-Consumption-Revenue-Expected-to-Rise-Continuously-From-2010-to-2015.aspx>).

<sup>49</sup> Μερικά χαρακτηριστικά παραδείγματα: η υπηρεσία free VoD *Hulu*, το πρόγραμμα ‘TV Everywhere’ για τους μεγάλους τηλεοπτικούς παρόχους pay TV, η συνεργασία των μεγάλων στούντιο του Χόλιγουντ με το ‘ανεξάρτητο’ *Netflix* στις ΗΠΑ, αλλά και οι πολυάριθμες ευρωπαϊκές υπηρεσίες catch-up TV και VoD (πχ. *Lovefilm*).

<sup>50</sup> Το τυπικό μέσο τραγούδι έχει πληροφορία 4 MB και απαιτεί περ. 30-60’’ για να “κατεβεί” ευρυζωνικά, ενώ μια μέση μεγάλου μήκους ταινία έχει πληροφορία περ. 700 MB (*Reel Piracy*, 2012, ό.π., p. 3)

<sup>51</sup> Σύμφωνα με τις εκτιμήσεις της Pricewaterhouse Coopers, η μουσική δισκογραφία θα προσέγγιζε το 2010 παγκόσμια έσοδα \$25,9 δις έναντι περ. \$35,5 δις που είχε πραγματοποιήσει το 2004 (*Global Entertainment and Media Outlook 2010 - 2014* (2010), p. 44). Επίσης, “Music Industry Crisis Continues, Blame Everybody Else”, Michael Hedges, 25.1.2011 ([www.followthemediamedia.com/bigbusiness/midem25012011.htm](http://www.followthemediamedia.com/bigbusiness/midem25012011.htm)), όπου αναφέρεται ότι από το 2004 η μουσική βιομηχανία έχει απωλέσει συνολικά το 1/3 των εσόδων της.



εισπράξεις.<sup>52</sup> Επίσημοι φορείς της δισκογραφίας, όπως η International Federation of the Phonographic Industry (IFPI), επικαλούνται σειρά εκθέσεων που τεκμηριώνουν την ευθύνη της ψηφιακής πειρατείας για την πτώση των πωλήσεων και τη γενικότερη κρίση στον κλάδο.<sup>53</sup>

Εφόσον η αγορά της ηχογραφημένης μουσικής υπήρξε η πρώτη που ψηφιοποιήθηκε σε τέτοια έκταση, φτάνοντας στο σημερινό εντυπωσιακό ποσοστό του 29%, είναι εύλογο να θεωρείται ως προπομπός και δείκτης για τις συνέπειες της ψηφιακής μετάβασης σε άλλες πολιτιστικές βιομηχανίες, όπως του κινηματογράφου και της τηλεόρασης, οι οποίες ακολουθούν με σημαντικά μικρότερα ψηφιακά μερίδια στις αγορές τους, της τάξης μόλις του 1% και 2% ακόμη.<sup>54</sup>

Εάν μια αντίστοιχη πτώση τζίρου –απότοκη σε πολύ μεγάλο βαθμό της ψηφιακής πειρατείας– χτυπούσε την οπτικοακουστική βιομηχανία περιορίζοντάς την στα 2/3 των σημερινών μεγεθών της, οι συνέπειες θα οδηγούσαν πιθανότατα σε μια συνολική αναδιάρθρωση και συρρίκνωσή της, με σοβαρότατο κόστος σε θέσεις εργασίας, στη βιωσιμότητα πολλών επιχειρήσεων, στα φορολογικά έσοδα αρκετών κρατών αλλά και στον πλουραλισμό και την ποιότητα της ίδιας της καλλιτεχνικής έκφρασης σε εθνικό και παγκόσμιο επίπεδο. Το σενάριο αυτό μοιάζει με αληθινό εφιάλη για τα συμφέροντα εταιρειών και επαγγελματιών στον χώρο του οπτικοακουστικού, γι αυτό και όλοι οι εμπλεκόμενοι αναζητούν λύσεις περιορισμού της πειρατείας και, παράλληλα, ανάπτυξης νέων “ανταγωνιστικών” ψηφιακών υπηρεσιών και επιχειρηματικών μοντέλων όπως το ελεγχόμενο Video on Demand, η Internet TV, οι ηλεκτρονικές παραγγελίες και η επέκταση των συνδρομητικών υπηρεσιών από την τηλεόραση μέχρι τους ψηφιακούς δίσκους και το on-line βίντεο – όλα σε μια ελεγχόμενη συνδυαστική ενσωμάτωση στα ήδη υφιστάμενα μοντέλα της παραδοσιακής διανομής.

### **Οι ιδιαιτερότητες του οπτικοακουστικού**

Αξίζει να επιμείνουμε στο γεγονός πως, εάν οι επιπτώσεις στη μουσική βιομηχανία, όσο μεγάλες κι αν είναι, φαίνεται να μην αποτελούν αξεπέραστα προβλήματα για την κοινωνία και το μουσικόφιλο κοινό αλλά ούτε καν για τους ίδιους τους μουσικούς ακόμα (τουλάχιστον στην πλατύτερη βάση τους), μια αντίστοιχη εξέλιξη στην οπτικοακουστική βιομηχανία θα έχει πολύ πιο δραματικές συνέπειες τόσο για τους επαγγελματίες του χώρου όσο και για την ίδια την καλλιτεχνική παραγωγή.

Οι λόγοι σχετίζονται με την ιδιαίτερη φύση της οπτικοακουστικής μυθοπλασίας σε σχέση με άλλα πολιτιστικά προϊόντα. Έτσι π.χ. οι δισκογραφικές εταιρείες αλλά και η ίδια η μουσική κοινότητα είναι σε θέση να αναπληρώνουν σε κάποιον βαθμό τις απώλειες των

<sup>52</sup> *IFPI Digital Music Report 2011* (<http://www.ifpi.org/content/library/DMR2011.pdf>)

<sup>53</sup> Παράδειγμα, η έκθεση των Adermon & Liang, *Piracy, Music and Movies: A Natural Experiment* (2010) που διαπιστώνει ότι, εάν δεν υπήρχε πειρατεία, οι φυσικές πωλήσεις στη Σουηδία θα ήταν κατά 72% υψηλότερες και οι ψηφιακές, κατά 131%. (*IFPI Digital Music Report 2011*, p.15). Αντίστοιχα, η έκθεση της Tera Consultants, *Building A Digital Economy*, δέχεται ότι η ψηφιακή πειρατεία αποτελεί “αναμφισβήτητο τον πρότυπο λόγο για τη ραγδαία πτώση των πωλήσεων της μουσικής βιομηχανίας” (ό.π., p.7) και παραπέμπει σε μια σειρά μελετών που συνηγορούν σχετικά (ό.π., Appendix 2)

<sup>54</sup> Στοιχεία από *IFPI Digital Music Report 2011*, ό.π.



εσόδων τους από την ψηφιακή πειρατεία, χάρη στη ζωντανή δημιουργία και τις εμφανίσεις τους σε ποικίλες εκδηλώσεις και χώρους μπροστά στο κοινό. Οι συναυλίες και οι ζωντανές εμφανίσεις, οι μουσικές σκηνές, τα μουσικά φεστιβάλ κ.ό.κ. παραμένουν ψηφιακά “αλώβητα” και, ενίοτε, η πειρατική κυκλοφορία μουσικού υλικού και τραγουδιών μπορεί, πράγματι, να λειτουργήσει σαν αποτελεσματική προώθηση και διαφήμιση των ζωντανών εμφανίσεων των μουσικών, και να τους επιτρέψει να μεγαλώσουν το κοινό τους. Με δεδομένο ότι ποπ συγκροτήματα και καλλιτέχνες δημιουργούν μια πολύ πιο προσωπική, άμεση και συχνά “φανατική” σχέση με το κοινό τους – ιδίως το νεανικό- οι δισκογραφικές εταιρείες αλλά και οι ίδιοι οι δημιουργοί μπορούν να ωφελούνται ευκολότερα από τη σχέση αυτή εκμεταλλευόμενοι μια σειρά παράγωγων προϊόντων [franchise] και υπηρεσιών (από συμμετοχή σε διαφημίσεις και εξώφυλλα μέχρι βίντεο-κλιπ, μπλουζάκια, συλλεκτικά είδη κ.λπ.).

Επιπλέον, η μουσική, λειτουργώντας συμπληρωματικά σε άλλες δραστηριότητες αλλά και καταναλωτικές πρακτικές, μπορεί να δημιουργεί ικανά κέρδη από τη συλλογή και ανα-διανομή πνευματικών δικαιωμάτων από το ραδιόφωνο αλλά και πλήθος επαγγελματικών χώρων που τη χρησιμοποιούν ως ατραξιόν – “ατμόσφαιρα” (βλ. δημόσια εκτέλεση), και βέβαια συνδυάζεται ευκολότερα με άλλα “ανταγωνιστικά” μέσα και δραστηριότητες (π.χ. “σερφάρισμα” στο ίντερνετ, διάβασμα, κοινωνικά δίκτυα, σπορ κ.ό.κ.).

Αντίθετα, οι δημιουργοί του οπτικοακουστικού στερούνται εξολοκλήρου τη δυνατότητα της ζωντανής εκτέλεσης – δημιουργίας, με συνέπεια να μην μπορούν να αντισταθμίσουν τις απώλειες από την ψηφιακή πειρατεία των έργων τους με ζωντανές εμφανίσεις σε εκδηλώσεις και μαγαζιά. Εκτός αυτού, η σχέση τους με το κοινό είναι διαφορετικής υφής, πιο “βραδύκαυστη”, και οι ίδιοι παραμένουν λιγότερο αναγνωρίσιμοι και σε μεγαλύτερη απόσταση από το κοινό τους, απ’ ότι οι μουσικοί της ποπ τουλάχιστον. (Το γεγονός πως υπάρχουν ορισμένοι λ.χ. διάσημοι ηθοποιοί που δημιουργούν ένα πιο φανατικό και μαζικό προσωπικό κοινό, ας μη συσκοτίζει την πραγματικότητα, ότι το πλήθος των οπτικοακουστικών δημιουργών και καλλιτεχνικών συντελεστών του ΟΠΜ παραμένουν λίγο πολύ “ανώνυμοι” και αφανείς).

Σε σχέση με το έργο καθαυτό τώρα, και πάλι οι διαφορές μεταξύ μουσικής και οπτικοακουστικής μυθοπλασίας είναι σημαντικές. Η τελευταία, κατά τεκμήριο, απαιτεί πολύ μεγαλύτερες επενδύσεις σε χρήμα<sup>55</sup>, χρόνο και τη συνεργασία πολλών ειδικοτήτων σε διαφορετικά στάδια επεξεργασίας<sup>56</sup> προκειμένου να παραχθεί ένα έργο, το οποίο, ας επαναλάβουμε, είναι σχεδόν αδύνατον να καταναλωθεί “ζωντανά” όπως η μουσική<sup>57</sup>. Επιπλέον, απαιτεί ικανό χρόνο για να καταναλωθεί (συνήθως 1-2 ώρες), τη συγκεντρωμένη προσοχή του κοινού και, κατά κανόνα, έχει πολύ μικρή αξία επανάληψης [repeat value] σε σχέση με ένα τραγούδι που μπορεί να ακούγεται και να ξανακούγεται ή μια μουσική που

<sup>55</sup> Η Ευρωπαϊκή Επιτροπή λ.χ. προσδιορίζει τον μέσο προϋπολογισμό ενός ευρωπαϊκού φιλμ στα €3-4 εκ. (*Final Report on the Content Online Platform*, May 2009, p.1)

<sup>56</sup> Μεσοσταθμικά, κάποια εκατομμύρια ευρώ, κάποιους μήνες δουλειάς δεκάδων ειδικευμένων επαγγελματιών σε συνεχή επαφή και συνεργασία μεταξύ τους, για την παραγωγή μιας μεγάλου μήκους ταινίας.

<sup>57</sup> Οι ζωντανές μουσικές υποκρούσεις σε ορισμένες κινηματογραφικές προβολές είναι απλώς εξαιρέσεις στον γενικό κανόνα.

μπορεί να παίζει παντού και να καλύπτει τις πιο διαφορετικές ανάγκες των χρηστών της (από χορό και διασκέδαση μέχρι τη δημιουργία κατάλληλης ατμόσφαιρας).

Με όλα αυτά υπόψιν, είναι απολύτως εύλογο να υποθέσει κανείς ότι, εάν η διαδικτυακή πειρατεία εξαπλωθεί στην οπτικοακουστική μυθοπλασία με τρόπο ανάλογο της μουσικής, τότε η κρίση στους κόλπους της οπτικοακουστικής βιομηχανίας θα έχει πολύ μεγαλύτερες επιπτώσεις και συνέπειες τόσο για τα παραγόμενα έργα, την ποιότητα και την ποικιλομορφία τους, όσο και για την οικονομική και επαγγελματική συνθήκη εργαζομένων και εταιρειών του χώρου, η οποία και προβλέπεται να επιδεινωθεί δραματικά.