

**ΠΑΝΕΠΙΣΤΗΜΙΟ ΠΕΙΡΑΙΩΣ 2003**  
**ΜΕΤΑΠΤΥΧΙΑΚΟ ΤΜΗΜΑ ΟΡΓΑΝΩΣΗΣ ΚΑΙ ΔΙΟΙΚΗΣΗΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΩΝ**



**ΔΙΠΛΩΜΑΤΙΚΗ ΕΡΓΑΣΙΑ ΜΕ ΘΕΜΑ :**  
**ΕΡΕΥΝΑ ΑΓΟΡΑΣ ΓΙΑ ΤΑ ΠΛΑΣΤΑ CD ΣΤΟ ΠΑΝΕΠΙΣΤΗΜΙΟ ΠΕΙΡΑΙΩΣ**

**ΕΠΙΒΛΕΠΩΝ**  
**ΜΑΛΛΙΑΡΗΣ ΠΕΤΡΟΣ, ΚΑΘΗΓΗΤΗΣ ΜΑΡΚΕΤΙΝΓΚ**

**ΕΠΙΜΕΛΕΙΑ ΕΡΓΑΣΙΑΣ**  
**ΤΡΙΗΡΗΣ ΝΙΚΟΛΑΟΣ, ΜΔΕ 0129**

Έκλεψαν την μουσική, έκλεψαν τον πολιτισμό, έκλεψαν τα όνειρα μας. Αντέγραψαν τις νότες και τις μοίρασαν στον κόσμο. Ίσως εγώ δεν καταλαβαίνω, ίσως δεν το χωράει η λογική μου, αλλά νόμιζα καθώς μεγάλωνα, πως η μουσική ανήκει σ' όλους μας. Τελικά τι έκλεψαν; Τότε μου πέρασε η ιδέα απ' το μυαλό και έμεινα άφωνος. Έκλεψαν πίσω το δικαίωμα που ο λαός κέρδισε με ιδρώτα και αίμα! Το δικαίωμα να ακούμε το συναίσθημα, τον πόνο, την χαρά και την αγάπη των τραγουδιών χωρίς αντίτιμο. Τώρα πουλάνε την μουσική λες και είναι ιδιοκτησία τους. Όμως κάποιοι λίγοι, αντιστέκονται ακόμα και αρνούνται να παραδώσουν την μαγεία.....

Από το προσωπικό μου ημερολόγιο



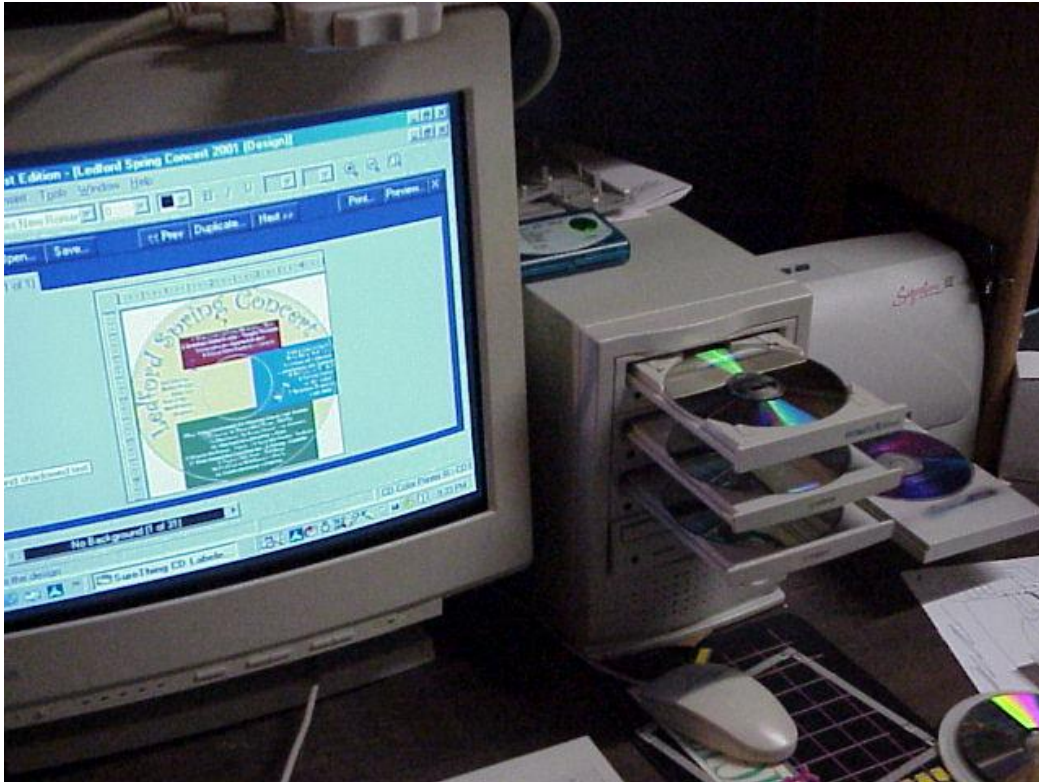
## **ΠΕΡΙΕΧΟΜΕΝΑ**

<b>ΚΕΦΑΛΑΙΟ</b>	<b>ΤΙΤΛΟΣ</b>	<b>ΣΕΛΙΔΑ</b>
<b>ΚΕΦΑΛΑΙΟ 1 ΠΡΟΛΟΓΟΣ</b>		
1.1	ΙΣΤΟΡΙΚΗ ΑΝΑΔΡΟΜΗ – ΠΕΙΡΑΤΙΚΑ CD.....	1
1.2	ΕΠΑΓΓΕΛΜΑΤΙΚΟ ΑΔΙΕΞΟΔΟ.....	4
1.3	ΑΠΟΤΕΛΕΣΜΑΤΙΚΟΤΗΤΑ ΚΑΙ ΜΗ ΤΗΣ ΚΑΤΑΣΤΟΛΗΣ.....	5
1.4	ΤΟ ΔΙΕΘΝΕΣ ΝΟΜΙΚΟ ΠΛΑΙΣΙΟ ΓΙΑ ΤΗΝ ΚΑΤΑΠΟΛΕΜΗΣΗ ΤΗΣ ΠΕΙΡΑΤΕΙΑΣ.....	5
1.5	ΤΟ ΝΟΜΙΚΟ ΠΛΑΙΣΙΟ ΣΤΗΝ ΕΛΛΑΔΑ.....	6
1.5.1	ΑΝΤΙΚΕΙΜΕΝΟ ΚΑΙ ΠΕΡΙΕΧΟΜΕΝΟ ΤΟΥ ΔΙΚΑΙΩΜΑΤΟΣ ΠΝΕΥΜΑΤΙΚΗΣ ΙΔΙΟΚΤΗΣΙΑΣ.....	6
1.5.2	ΠΕΡΙΟΡΙΣΜΟΙ ΤΟΥ ΠΕΡΙΟΥΣΙΑΚΟΥ ΔΙΚΑΙΩΜΑΤΟΣ.....	8
1.5.3	ΔΙΑΡΚΕΙΑ ΤΗΣ ΠΡΟΣΤΑΣΙΑΣ.....	11
1.5.4	ΕΙΔΙΚΕΣ ΔΙΑΤΑΞΕΙΣ ΓΙΑ ΤΑ ΠΡΟΓΡΑΜΜΑΤΑ ΗΛΕΚΤΡΟΝΙΚΩΝ ΥΠΟΛΟΓΙΣΤΩΝ.....	11
1.5.5	ΣΥΓΓΕΝΙΚΑ ΔΙΑΚΙΩΜΑΤΑ.....	13
1.5.6	ΜΕΤΡΑ ΠΡΟΛΗΨΗΣ ΚΑΙ ΠΡΟΣΒΟΛΗΣ ΤΟΥ ΔΙΚΑΙΩΜΑΤΟΣ.....	16
1.5.7	ΚΥΡΩΣΕΙΣ.....	17
<b>ΚΕΦΑΛΑΙΟ 2 ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΚΗ ΑΝΑΣΚΟΠΗΣΗ</b>		
2.1	ΠΑΓΚΟΣΜΙΟΣ ΠΟΛΕΜΟΣ ΚΑΤΑ ΤΩΝ ΠΕΙΡΑΤΩΝ ΤΗΣ ΔΙΣΚΟΓΡΑΦΙΑΣ.....	21
2.2	ΠΕΙΡΑΤΙΚΟ ΤΟ 50% ΤΩΝ ΠΩΛΗΣΕΩΝ ΣΤΗΝ ΕΛΛΑΔΑ.....	21
2.3	ΚΥΛΩΜΑΤΑ.....	23
2.4	ΤΖΙΡΟΣ 4,3 ΔΙΣ. ΔΟΛΛΑΡΙΑ.....	24
2.5	ΕΝΝΟΙΑ ΤΗΣ ΠΕΙΡΑΤΕΙΑΣ.....	24
2.6	ΤΥΠΟΙ ΠΕΙΡΑΤΕΙΑΣ.....	25
2.7	ΠΕΦΤΟΥΝ ΟΙ ΠΩΛΗΣΕΙΣ CD.....	26
2.8	ΣΤΕΝΕΣ ΣΧΕΣΕΙΣ ΠΕΙΡΑΤΩΝ CD ΜΕ ΤΟ ΟΡΓΑΝΩΜΕΝΟ ΕΓΚΛΗΜΑ.....	27
2.9	ΔΙΩΞΗ ΚΑΙ ΝΟΜΙΚΟ ΠΛΑΙΣΙΟ.....	27
2.10	ΟΙ ΕΛΛΗΝΙΚΕΣ ΤΙΜΕΣ.....	28
2.11	«ΞΕΠΟΥΛΗΣΑΜΕ ΤΟ ΚΛΑΣΙΚΟ».....	29
2.12	ΤΑ ΧΑΡΑΚΤΗΡΙΣΤΙΚΑ ΤΩΝ CD. ΔΙΑΧΩΡΙΣΜΟΣ ΠΛΑΣΤΩΝ ΚΑΙ ΓΝΗΣΙΩΝ.....	29
2.13	ΜΙΑ ΑΠΟΨΗ ΕΝΟΣ ΕΠΩΝΥΜΟΥ.....	30
2.14	ΑΠΟΨΕΙΣ ΑΠΛΩΝ ΑΝΘΡΩΠΩΝ.....	31

<b>2.15 Η ΠΕΙΡΑΤΕΙΑ ΣΤΟ INTERNET.....</b>	<b>32</b>
2.15.1 ΠΕΙΡΑΤΕΙΑ ΣΤΟ INTERNET – ΤΟ ΠΡΟΒΛΗΜΑ ΚΑΙ Η ΑΝΤΙΜΕΤΩΠΙΣΗ.....	32
2.15.2 Η ΦΥΣΗ ΚΑΙ ΤΟ ΜΕΓΕΘΟΣ ΤΗΣ ΗΛΕΚΤΡΟΝΙΚΗΣ ΠΕΙΡΑΤΕΙΑΣ.....	33
<b>2.16 ΔΙΩΞΗ ΤΗΣ ΗΛΕΚΤΡΟΝΙΚΗΣ ΠΕΙΡΑΤΕΙΑΣ.....</b>	<b>34</b>
2.16.1 ΝΟΜΙΚΕΣ ΕΝΕΡΓΕΙΕΣ ΚΑΤΑ ΠΕΙΡΑΤΩΝ ΚΑΙ ΕΤΑΙΡΙΩΝ ΥΠΗΡΕΣΙΩΝ INTERNET .....	35
2.16.2 ΟΙ ΔΙΣΚΟΓΡΑΦΙΚΕΣ ΖΗΤΟΥΝ ΠΑΤΑΞΗ ΤΗΣ ΠΕΙΡΑΤΕΙΑΣ.....	35
2.16.3 ΚΑΤΑ ΜΕΓΑΛΩΝ ΔΙΣΚΟΓΡΑΦΙΚΩΝ ΚΑΙ ΚΙΝΗΜΑΤΟΓΡΑΦΙΚΩΝ ΕΤΑΙΡΙΩΝ.....	36
2.16.4 ΠΕΙΡΑΤΕΣ ΚΑΙ INTERNET ΠΛΗΤΤΟΥΝ ΤΙΣ ΠΩΛΗΣΕΙΣ CD ΣΤΙΣ ΗΠΙΑ.....	36
2.16.5 NET CAFÉ ΧΑΝΕΙ ΣΕ ΔΙΑΦΟΡΑ.....	37
2.16.6 ΝΟΡΒΗΓΙΚΟ ΔΙΚΑΣΤΗΡΙΟ ΕΠΙΒΑΛΕΙ ΠΡΟΣΤΙΜΟ ΣΕ ΦΟΙΤΗΤΗ ΓΙΑ ΜΟΥΣΙΚΗ ΠΕΙΡΑΤΕΙΑ.....	37
2.16.7 ΕΞΑΡΣΗ ΤΗΣ ΠΕΙΡΑΤΕΙΑΣ DVD.....	38
2.16.8 ΑΝΤΙΠΕΙΡΑΤΙΚΟΣ “ΠΟΛΕΜΟΣ” ΣΤΑ ΗΛΕΚΤΡΟΝΙΚΑ ΠΑΙΧΝΙΔΙΑ.....	38
<b>2.17 MICROSOFT ΚΑΙ ΠΕΙΡΑΤΕΙΑ.....</b>	<b>39</b>
<b>2.18 ΠΕΡΙΠΤΩΣΕΙΣ ΠΕΙΡΑΤΕΙΑΣ ΚΑΙ ΠΑΤΑΞΗΣ ΤΗΣ.....</b>	<b>42</b>
2.18.1 26.000 ΠΛΑΣΤΑ CD.....	42
2.18.2 ΣΤΗΝ ΠΥΡΑ 400.000 CD ΠΕΙΡΑΤΙΚΑ.....	43
<b>ΚΕΦΑΛΑΙΟ 3 ΑΝΑΛΥΣΗ ΔΕΔΟΜΕΝΩΝ ΚΑΙ ΑΠΟΤΕΛΕΣΜΑΤΑ ΕΡΕΥΝΑΣ</b>	
<b>3.1 ΣΚΟΠΟΣ ΤΗΣ ΔΙΠΛΩΜΑΤΙΚΗΣ.....</b>	<b>44</b>
<b>3.2 ΔΙΑΔΙΚΑΣΙΑ ΕΡΕΥΝΑΣ.....</b>	<b>45</b>
<b>3.3 ΑΠΟΤΕΛΕΣΜΑΤΑ ΕΡΕΥΝΑΣ.....</b>	<b>51</b>
<b>3.4 ΣΥΝΟΨΗ ΣΥΜΠΕΡΑΣΜΑΤΩΝ ΕΡΕΥΝΑΣ.....</b>	<b>81</b>
<b>3.5 ΠΡΟΒΛΗΜΑΤΑ ΚΑΙ ΠΙΘΑΝΕΣ ΑΔΥΝΑΜΙΕΣ ΤΗΣ ΕΡΕΥΝΑΣ.....</b>	<b>82</b>
<b>3.6 ΠΡΟΤΑΣΕΙΣ ΓΙΑ ΠΕΡΑΙΤΕΡΩ ΕΡΕΥΝΑ.....</b>	<b>83</b>

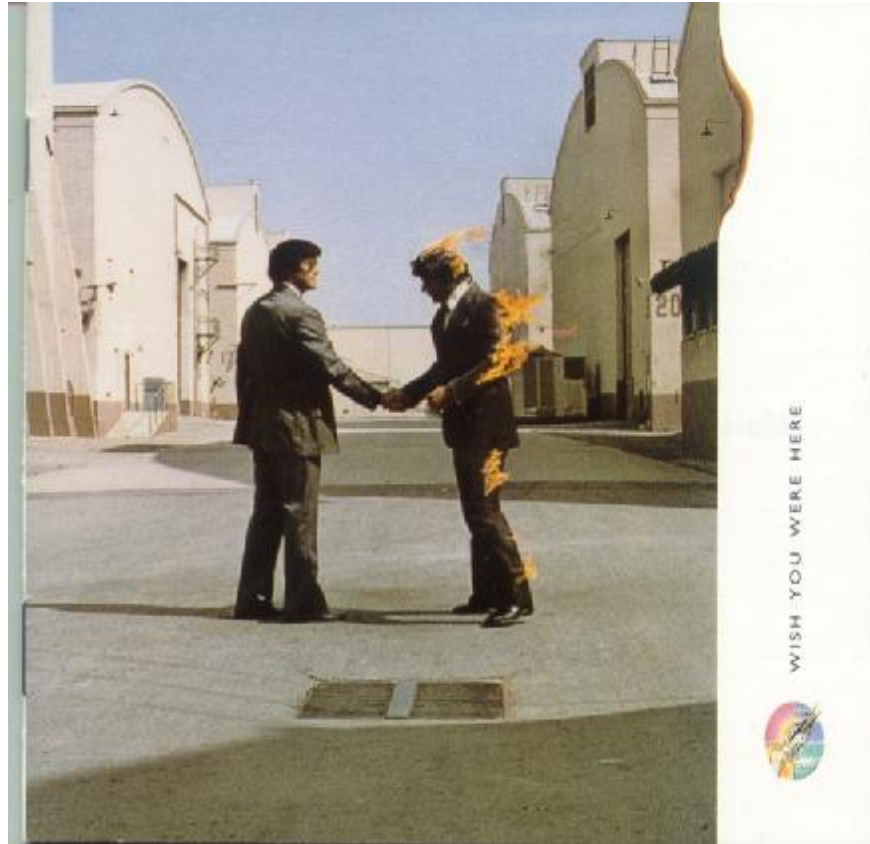


# ΚΕΦΑΛΑΙΟ 1<sup>ο</sup>



## ΠΡΟΛΟΓΟΣ

## ΚΕΦΑΛΑΙΟ 2<sup>ο</sup>



**ΒΙΒΛΙΟ ΓΡΑΦΙΚΗ ΑΝΑΣΚΟΠΗΣΗ**

# ΚΕΦΑΛΑΙΟ 1<sup>ο</sup>

## ΑΠΟΜΙΜΗΣΗ–ΑΝΤΙΓΡΑΦΗ ΠΡΟΪΟΝΤΩΝ (πνευματική ιδιοκτησία)

### 1.1 ΙΣΤΟΡΙΚΗ ΑΝΑΔΡΟΜΗ – ΠΕΙΡΑΤΙΚΑ CD

Ήταν αρχές της δεκαετίας του '80 όταν σύσσωμος ο κόσμος της μουσικής βιομηχανίας υποδέχθηκε με επιφωνήματα ενθουσιασμού την έλευση του CD (ψηφιακός δίσκος) υποστηρίζοντας τη νέα εφεύρεση των μεγάλων εταιρειών μηχανημάτων ήχου. Το νέο προϊόν που έμπαινε στην αγορά υποσχόταν καλύτερο ψηφιακό ήχο, έλλειψη “σκρατς”, μεγαλύτερη ευχρηστία και μικρότερο όγκο και η αλήθεια είναι ότι κράτησε τις υποσχέσεις του. Το ηρωικό βινύλιο άρχισε να υποχωρεί ώσπου εξαφανίστηκε μετά από μερικά χρόνια και μαζί του φυσικά χάθηκε και η χαμηλή τιμή του αφού το καινούργιο προϊόν έδινε την ευκαιρία για μια γενναία αύξηση. Κανένας τότε δεν φανταζόταν ότι αυτό το ειδυλλιακό τοπίο θα γινόταν ο εφιάλης της δισκογραφίας. Το βινύλιο ήταν αδύνατον να αναπαραχθεί και την εποχή που κυριαρχούσε η πειρατεία γινόταν με βάση τις κασέτες. Όσο η τεχνολογία όμως προχωρούσε, οι αδυναμίες της κασέτας γίνονταν όλο και πιο εμφανείς, έτσι που η πειρατεία άρχισε να ξεπέφτει αφού δεν προκαλούσε το ενδιαφέρον των hi-tec (υψηλής τεχνολογίας) ακροατών. Η καθιέρωση του CD απομάκρυνε ακόμη περισσότερο τους ακροατές από τη «φτωχή» κασέτα και έτσι επήλθε μια ισορροπία στην πειρατεία, που περιορίστηκε σε μουσικά «υποπροϊόντα» και δεν ανησυχούσε τις μεγάλες εταιρείες. Δέκα χρόνια μετά την καθιέρωση του CD στην παγκόσμια αγορά οι εταιρείες ηχητικών μηχανημάτων, που τόσα κέρδισαν με την υιοθέτησή του από τη μουσική βιομηχανία, αντί για ευχαριστώ προσέφεραν μια πίσωπλάτη μαχαιριά. Το CD-R ήταν το ισχυρότερο χτύπημα που δέχθηκαν οι εταιρείες δίσκων τα τελευταία χρόνια. Η δυνατότητα του καθενός να αντιγράφει ένα CD, με ποιότητα πολύ κοντά στο πρωτότυπο, δεν είχε καμία σχέση με τις δυνατότητες αντιγραφής της κασέτας. Εύκολα και γρήγορα οποιοσδήποτε μπορούσε να αντιγράφει ένα ολόκληρο CD ή να επιλέξει τα τραγούδια που του αρέσουν φτιάχνοντας τη δική του συλλογή. Αυτή τη στιγμή οι δισκογραφικές εταιρείες έχουν ανοιχτά δύο μέτωπα από τα οποία αιμορραγούν. Η μεγάλη πληγή είναι το CD-R αλλά ο πραγματικά μεγάλος κίνδυνος είναι το Internet, που δίνει απεριόριστες δυνατότητες διακίνησης μουσικών πληροφοριών, κάτι που έχει ήδη αρχίσει, αλλά η εξάπλωση του αναμένεται στο άμεσο μέλλον. Το φαινόμενο είναι φυσικά διεθνές και υπολογίζεται ότι οι απώλειες ανέρχονται στο 25% του παγκόσμιου μουσικού εμπορίου ξεπερνώντας σε τζίρο τα 3 δις. δολάρια. Ακόμη και στις ΗΠΑ, που εδώ και χρόνια διεξάγουν έναν ανελέητο πόλεμο κατά της πειρατείας, μπορεί να δει κανείς ανθρώπους στους κεντρικούς δρόμους των μεγάλων πόλεων να πουλάνε παράνομα CD.

Τα τελευταία χρόνια το φαινόμενο έχει πάρει εκρηκτικές διαστάσεις και στην Ελλάδα, με CD που παράγονται εδώ ή έρχονται από γειτονικές χώρες. Για όσα συμβαίνουν στην ελληνική πραγματικότητα θα αναφερθούν οι απόψεις του προέδρου της Ένωσης Δισκογραφικών Εταιρειών Κώστα Μπουρμά, τού διευθυντή της Sony

Δημήτρη Γιαρμενίτη, τού διευθυντή της Virgin Γιάννη Πετρίδη, της δικηγόρου της Ένωσης Ειρήνη Τσιλίρη, η οποία ασχολείται συστηματικά με το θέμα της πειρατείας, της λέκτορα Κοινωνικής Διοίκησης του Πανεπιστημίου Θράκης Σοφία Βιδάλη αλλά και ανθρώπων που πουλάνε ή αγοράζουν πειρατικά CD. Ακόμη παρατίθεται η έκθεση που συντάχθηκε από την Ένωση Ελληνικών Δισκογραφικών Εταιρειών, στην οποία βασίζεται η ενημέρωση της Διεθνούς Ένωσης όσον αφορά στην έκταση της πειρατείας στην Ελλάδα. Από την έρευνα αυτή προκύπτει ότι το ένα τρίτο της διακίνησης CD στη χώρα μας γίνεται με παράνομο τρόπο: πάνω από 7.000.000(!) τεμάχια αλλάζουν χέρια κάθε χρόνο πραγματοποιώντας τζίρο που πλησιάζει τα 13 δισ. δρχ.! Από αυτά τα 4 εκατομμύρια παράγονται σε «βιομηχανική» βάση και τα υπόλοιπα κατασκευάζονται σε «οικιακές βιοτεχνίες», συχνά από τους ίδιους τους διακινητές. Το ακριβές νόμισμα της πειρατείας υπολογίζεται σε 32,4% σε σχέση με το σύνολο του διακινούμενου προϊόντος, ενώ (όπως φαίνεται και στον Πίνακα 1) οι κατασχέσεις το 1999 πλησίασαν τις 300.000 CD και ξεπέρασαν τις 50.000 κασέτες. Αυτό φαίνεται ότι είναι το αποτέλεσμα των αυξημένων επιχειρήσεων της Αστυνομίας, που (όπως φαίνεται στον Πίνακα 2) από 130 το 1995 έφθασαν τις 816 το 1999. Πώς αντιμετωπίζουν όμως αυτή την εκρηκτική κατάσταση οι άμεσα ενδιαφερόμενοι, δηλαδή οι διευθυντές των δισκογραφικών εταιρειών; Δημήτρης Γιαρμενίτης: «Η πειρατεία είναι σαν το καλό και το κακό. Δεν τελειώνει ποτέ. Το μεγάλο πρόβλημα όμως δεν έχει έλθει ακόμη και είναι φυσικά η τεχνολογία. Το Internet, το MP3 και όλα τα σχετικά θα δώσουν μια άλλη διάσταση στο θέμα που δεν μπορούμε να φανταστούμε. Το ευχάριστο είναι ότι τον τελευταίο καιρό αρχίζει να γίνεται και στην Ελλάδα συνείδηση όσον αφορά τις διωκτικές αρχές ότι πρόκειται για έγκλημα που πρέπει να διωχθεί. Άλλωστε το ενδιαφέρον του κράτους είναι μεγάλο επειδή χάνονται δισ. από φόρους και αυτό φαίνεται να το συνειδητοποιούν τώρα. Έχουμε καλή συνεργασία με το υπουργείο Δημόσιας Τάξης και το υπουργείο Οικονομικών και θα έχουμε μάλλον συνεργασία και με το υπουργείο Πολιτισμού για μια σχετική εκστρατεία». Γιάννης Πετρίδης: «Το φαινόμενο είναι διεθνές. Ακόμη και στην Αμερική, που νόμιζαν ότι είναι άτρωτοι, περνάς μπροστά από τα θέατρα του Μπρόντγουεϊ και πουλάνε τόσοι άνθρωποι. Εδώ έχει να κάνει κυρίως με το ελληνικό ρεπερτόριο και δη το ελαφρολαϊκό που κάνει σουζέ αλλά ακόμη και το πιο μικρό όνομα μπορείς να το δεις μετά από μία εβδομάδα σε πειρατικό. Η πειρατική κασέτα είχε γνωρίσει άνθιση τη δεκαετία του '70 και στις αρχές της δεκαετίας του '80 αλλά σιγά σιγά άρχισε η ύφεση. Το φαινόμενο αναθερμάνθηκε με την εμφάνιση του CD-R αλλά σίγουρα έχει παίξει ρόλο και η σαφώς αναβαθμισμένη ποιότητά του σε σχέση με την κασέτα. Παλαιότερα ο ακροατής έπαιρνε στα χέρια του τον δίσκο βινυλίου με ενδιαφέροντα εξώφυλλα, ένθετα, πληροφορίες και εικονογράφηση. Είχε τη μορφή ενός φετίχ για πολλούς. Τώρα με το CD δεν υπάρχει πάθος και έτσι ο ακροατής δεν πολυενδιαφέρεται για το αυθεντικό. Τώρα βρισκόμαστε μπροστά στην τρίτη περίοδο της πειρατείας. Μετά την κασέτα και το CD αρχίζει το Internet και γι' αυτό γίνονται όλες αυτές οι συνεργασίες των μεγάλων εταιρειών, για να προλάβουν τη διαρροή από αυτή την πλευρά».

Κώστας Μπουρμάς: «Η Ένωση Δισκογραφικών Εταιρειών είναι ο μόνος φορέας που κυνηγάει την πειρατεία. Ξοδεύουμε 250-300 εκατομμύρια τον χρόνο γι' αυτή την υπόθεση. Το ενδιαφέρον της πολιτείας πιστοποιήθηκε με τη νομοθετική ρύθμιση του 1993 και από τότε προσπαθούμε να πείσουμε τα κατά τόπους αστυνομικά τμήματα να συνεργαστούν μαζί μας, πράγμα που έχει έναν βαθμό δυσκολίας. Όπου υπάρχει διάθεση



συνεργασίας υπάρχουν και αποτελέσματα, όπως έγινε στη Θεσσαλονίκη και στον χώρο του Πανεπιστημίου, με τη βοήθεια της Ασφάλειας. Ακόμη δεν φαίνεται το θέμα της πειρατείας να είναι υπόθεση προτεραιότητας για την Αστυνομία, αν και κάτι φαίνεται να αλλάζει σιγά σιγά».

Η πώληση ηχογραφημένου υλικού πέρα από τα συνηθισμένα κανάλια των δισκογραφικών εταιρειών δεν αποτελεί νέο φαινόμενο στη χώρα μας. Οι μεγαλύτεροι θα θυμούνται τους πωλητές παράνομων αντιτύπων γνωστών ηχογραφήσεων, ελληνικού και ξένου ρεπερτορίου, σε κασέτες, οι οποίοι έδρασαν στα τέλη της δεκαετίας του '70 και στις αρχές της επόμενης δεκαετίας. Επρόκειτο συνήθως για τσιγγάνους που είχαν στήσει έναν μηχανισμό αναπαραγωγής και διάθεσης κασετών αντίστοιχης ποιότητας με τις επίσημες που κυκλοφορούσαν τότε οι εταιρείες. Λίγο αργότερα τους ακολούθησαν άτομα που δρούσαν, υπό την κάλυψη του πανεπιστημιακού ασύλου, μέσα στις σχολές των ΑΕΙ και των ΤΕΙ στοχεύοντας στο αγοραστικό κοινό των φοιτητών. Σήμερα η εξέλιξη της τεχνολογίας και τα μεταναστευτικά ρεύματα προς τη χώρα άλλαξαν το είδος των κλεψίτυπων και την ταυτότητα των πωλητών τους, όχι όμως και τη φύση των μηχανισμών που τα υποστηρίζουν. Στην ιδιότυπη αυτή αγορά κυκλοφορούν δύο τύποι «προϊόντων». Πρώτον, τα παράνομα εργοστασιακά CD, ασημένιου χρώματος στην πλευρά που «διαβάζει» το μηχάνημα που τα παίζει, τα οποία κατασκευάζονται συνήθως στη Βουλγαρία και σε άλλες βαλκανικές χώρες ή κράτη της πρώην Σοβιετικής Ένωσης. Εισάγονται λαθραία με τις συνήθεις μεθόδους λαθρεμπορίας π.χ., με φορτηγά που υποτίθεται ότι μεταφέρουν νόμιμα αγαθά αλλά διαθέτουν ειδικές κρύπτες γεμάτες με τα εν λόγω CD. Αυτά διαθέτουν τυπωμένα εξώφυλλα και μοιάζουν τρομερά με τα επίσημα αντίστοιχά τους. Δεύτερον, τα CD-R, πράσινου χρώματος στην πλευρά που «διαβάζει» το CD- player, τα οποία μπορεί να αναπαράγονται μέσω υπολογιστή ή ειδικού μηχανήματος αντιγραφής εντός ή εκτός συνόρων. Τα εξώφυλλά τους αποτελούνται συνήθως από έγχρωμες φωτοτυπίες και ξεχωρίζουν εύκολα από τα επίσημα αντίστοιχά τους. Πιστεύεται ότι οι κύριοι πωλητές και των δύο κατηγοριών είναι άτομα αφρικανικής καταγωγής που κινούνται σε τόπους συγκέντρωσης κόσμου (στα καφέ και στα εστιατόρια του Θησείου, των Εξαρχείων, της Πλάκας κ.α.) αλλά και οι γνώριμοι «πωλητές των πάγκων» εντός των πανεπιστημιακών σχολών (Πανεπιστήμιο Θεσσαλονίκης κ.α.).

Άτομα αφρικανικής καταγωγής βρέθηκαν στην Ελλάδα πριν ακόμη από το μεγάλο μεταναστευτικό ρεύμα από τις χώρες του ανατολικού μπλοκ. Ήταν οικονομικοί μετανάστες, πρόσφυγες από εμπόλεμες ζώνες ή φοιτητές ελληνικών πανεπιστημίων. Στη Δυτική Αφρική τα «δισκάδικα» συνήθως δεν πουλάνε δίσκους. Διαθέτουν μια συλλογή βινυλίου ή CD και από αυτήν αντιγράφουν κασέτες τις οποίες κρατάνε σε στοκ για τους πελάτες! Πολλοί λοιπόν από τους μετανάστες αυτούς μεταλαμπάδευσαν την προηγούμενη εμπειρία τους σε μια χώρα όπου ανθούσαν παραπλήσιες δραστηριότητες. Ταυτόχρονα οι παραδοσιακοί «πωλητές των πάγκων» στις πανεπιστημιακές σχολές ακολούθησαν τις τάσεις της εποχής και μετέτρεψαν την πραμάτεια τους από κασέτες σε CD. Ο κύκλος εργασιών των τελευταίων είχε ανοίξει τόσο ώστε έφθασαν στο σημείο να υπενοικιάζουν τους πάγκους τους σε άλλα άτομα. Οι θαμώνες των καφέ και των ταβερνών των μεγάλων πόλεων έφθασαν να ταυτίζουν τους πωλητές των παράνομων CD με τα άτομα αφρικανικής καταγωγής. «Πρόκειται για ένα στερεότυπο» θα μας πει η

κυρία Σοφία Βιδάλη, εγκληματολόγος, λέκτορας του Τμήματος Κοινωνικής Διοίκησης του Δημοκρίτειου Πανεπιστημίου. «Από την καθημερινότητά μου μέσα στον πανεπιστημιακό χώρο θα έλεγα ότι ο πωλητής αυτών των CD είναι νέος ή νέα, περιθωριοποιημένος και με οικονομικά προβλήματα. Φυσικά τονίζω πως μιλώ με βάση τη δική μου εμπειρία. Ο έγχρωμος προκαλεί το μάτι γιατί δεν έχουμε μάθει να τον βλέπουμε ανάμεσά μας. Έτσι είναι πιο εύκολα αναγνωρίσιμος όταν τον αντικρίζουμε». Η συνεχής πίεση των δισκογραφικών εταιρειών και των καλλιτεχνών που ανέκαθεν ανησυχούσαν για τα διαφυγόντα κέρδη τους αλλά και η ευαισθησία των ΗΠΑ και της ΕΕ ανάγκασαν και την ελληνική πολιτεία να μεριμνήσει για το ζήτημα. «Το νομικό πλαίσιο ισχύει από το 1993 και είναι ένα από τα καλύτερα διεθνώς» αναφέρει η κυρία Ειρήνη Τσιλίρη, νομικός της IFPI, της Ένωσης Ελληνικών Δισκογραφικών Εταιρειών. «Βέβαια συνήθως δεν εφαρμόζεται ο νόμος κατά γράμμα στο δικαστήριο. Οι δικαστές εξαντλούν την επιείκειά τους σε περιπτώσεις εγχρώμων: πρόκειται για πρόσφυγες από εμπόλεμες ζώνες ή οικονομικούς μετανάστες». Οι ποινές πάντως προβλέπονται βαρύτερες: ως ένα έτος φυλάκιση και 1 εκατ. δρχ. πρόστιμο για πωλητές που συλλαμβάνονται για πρώτη φορά ενώ, αν αυτό γίνει κατ' εξακολούθηση, το αδίκημα μετατρέπεται σε κακούργημα με ποινή φυλάκισης ως πέντε ετών και πρόστιμο 20 εκατ. δρχ. Κακούργημα αποτελεί και η κατασκευή παράνομων CD<sup>6</sup>.

## 1.2 ΕΠΑΓΓΕΛΜΑΤΙΚΟ ΑΔΙΕΞΟΔΟ

«Πουλάω CD στον δρόμο γιατί πρέπει και εγώ να ζήσω» μας λέει ο «Τζόρνταν», μισός Νιγηριανός και μισός Τζαμαϊκανός, ο οποίος περπατάει χιλιόμετρα κάθε ημέρα σε κάποια περιοχή των Αθηνών γεμάτη από νεανικά στέκια. «Είναι πολύ δύσκολο για έναν ξένο να βρει δουλειά. Έτσι αναγκαστικά...». Πιο ομιλητικός είναι ο «Θανάσης», ένας μακρυμάλλης Έλληνας που «δουλεύει» περιστασιακά σε κάποια σχολή. «Δεν είμαι η χαρακτηριστική περίπτωση πλανοδίου. Ενώ άλλοι πουλάνε συνήθως επιτυχίες, εγώ πουλάω παλαιό ροκ και σύγχρονη έντεχνη ελληνική μουσική, πράγματα που μου αρέσουν και προσωπικά, οπότε δεν πιστεύω να έχει πρόβλημα η... κυρία Βανδή! Βγάζω έτσι ένα χαρτζιλίκι και νομίζω ότι εκτελώ και ένα λειτούργημα κατά κάποιον τρόπο. Δίνω φθηνή μουσική, γι' αυτό και οι αντιδράσεις του κόσμου είναι πάντα θετικές». Εδώ λοιπόν βρίσκεται η ουσία του ζητήματος... Η κυρία Μαρία Καρασούλη, δημόσιος υπάλληλος, ρίχνει μια ματιά στα CD κάποιου πλανοδίου. «Καμιά φορά αγοράζω δίσκους που πουλάνε στον δρόμο. Δεν νομίζω ότι αυτά τα άτομα κάνουν κάτι κατακριτέο γιατί στην ουσία δεν βλάπτουν ούτε εμένα ούτε το κοινωνικό σύνολο. Η απόδοση αυτών των CD είναι σχεδόν άψογη και με μικρότερο κόστος ακούω τη μουσική που θέλω. Επίσης τα άτομα που τα πωλούν είναι πολύ φιλικά και δεν έχει ακουστεί κάτι κακό για τη συμπεριφορά τους. Δεν είναι ζητιάνοι και δεν απαιτούν να αγοράσεις αυτό που πουλάνε». Σχολιάζοντας ο κ. Μάκης Κεντεποζίδης, ιδιωτικός υπάλληλος, αναφέρει πως: «Τα CD αυτά είναι εξαιρετικής ποιότητας, πλην των εξώφυλλων, που είναι σε φωτοτυπία, και τελικά πληρούν τον σκοπό για τον οποίο γράφτηκαν: τα ακούμε χωρίς να πληρώνουμε την τιμή τους στο τριπλάσιο! Το ίδιο ισχύει και για τα CD-R που γράφει κανείς στον υπολογιστή του». Σε αυτό το σημείο μοιάζει να υπάρχει πλήρης ομοφωνία. Για τον απλό άνθρωπο η αγορά ενός τέτοιου προϊόντος δεν είναι ακριβώς σωστή αλλά ούτε και κοινωνικά βλαπτική. «Συχνά κάποια πτυχή της λειτουργίας της παραοικονομίας περνά στην κοινωνική συνείδηση ως σύννομη» σχολιάζει η κυρία Βιδάλη. «Στη

συγκεκριμένη περίπτωση ο αγοραστής δεν μπαίνει στη λειτουργία να ενδιαφερθεί για την υπόθεση των πνευματικών δικαιωμάτων, αφού υπερτερεί η σκέψη πως ο πωλητής είναι φτωχός. Ιδιαίτερα στον ελληνικό χώρο υπάρχει πληθώρα τρόπων επιβίωσης που συνδέονται με την παραοικονομία αλλά είναι ιστορικά αποδεκτοί. Συχνά ο ποινικός νόμος τυποποιεί συμπεριφορές που δεν φανταζόμαστε ότι αποτελούν εγκλήματα, γιατί η κοινή γνώμη συνδέει το έγκλημα κυρίως με το αίμα...»<sup>6</sup>.

### **1.3 ΑΠΟΤΕΛΕΣΜΑΤΙΚΟΤΗΤΑ ΚΑΙ ΜΗ ΤΗΣ ΚΑΤΑΣΤΟΛΗΣ**

Η πώληση κλεψίτυπων ηχογραφήσεων θεωρείται οικονομικό έγκλημα. Υπεύθυνα για την πάταξή της είναι τα τμήματα ασφαλείας που υπάρχουν σε κάθε αστυνομικό τμήμα. Σε μεγάλες επιχειρήσεις, όμως, π.χ. στα όρια γκετοποιημένων περιοχών όπου υπάρχουν πραγματικά «εργοστάσια» αναπαραγωγής και διανομής, δρουν σε συνεργασία με τη Γενική Ασφάλεια. Αξιόλογο έργο σε αυτόν τον τομέα έχει κάνει η Ασφάλεια Θεσσαλονίκης που κατάφερε να μειώσει τον αριθμό των «πάγκων» στα όρια του Πανεπιστημίου, παρά τις αντιδράσεις των φοιτητών που κατήγγειλαν παραβίαση του ασύλου. Επίσης ειδικό τμήμα υπάρχει και στο ΣΔΟΕ, με πολλαπλές όμως δικαιοδοσίες και χώρους ευθύνης, πράγμα που το εμποδίζει να επεμβαίνει παντού και αποτελεσματικά. Με την αναφερόμενη πιο πάνω επιείκεια των δικαστικών αρχών προς τους πωλητές συμφωνεί και η κυρία Βιτάλη: «Συνήθως ο πλανόδιος πωλητής αποτελεί το "μικρό ψάρι". Το χτύπημα στην παραοικονομία θα είναι αποτελεσματικότερο αν έχει ως στόχο τα μεγαλύτερα. Αλλά και τα φοροδιαφεύγοντα κέρδη των καλλιτεχνών μορφή παραοικονομίας είναι. Βλέπετε, εδώ βρισκόμαστε μπροστά στο πρόβλημα των απόλυτων αρχών που επιβάλλει ο νόμος. Η ελληνική κοινωνία όμως δεν υπήρξε ποτέ απόλυτη, ποτέ δεν απαντούσε σε τέτοια προβλήματα με ένα "ναι" ή ένα "όχι"».

### **1.4 ΤΟ ΔΙΕΘΝΕΣ ΝΟΜΙΚΟ ΠΛΑΙΣΙΟ ΓΙΑ ΤΗΝ ΚΑΤΑΠΟΛΕΜΗΣΗ ΤΗΣ ΠΕΙΡΑΤΕΙΑΣ**

Οι εθνικοί νόμοι σχεδόν κάθε χώρας στηρίζουν τα δικαιώματα των πνευματικών δημιουργών, των παραγωγών και των ερμηνευτών μουσικών έργων. Οι διεθνείς συνθήκες φροντίζουν ώστε οι παραπάνω να προστατεύονται νομικά και έξω από τα όρια της χώρας τους.

Η Συνθήκη της Βέρνης για την Προστασία των Λογοτεχνικών και Καλλιτεχνικών Έργων παρέχει τη βασική προστασία στους μουσικούς δημιουργούς διεθνώς. Υπάρχουν και άλλες διεθνείς συμβάσεις που προστατεύουν συγκεκριμένα τη μουσική κοινότητα, όπως η Συνθήκη της Ρώμης, η Συνθήκη της Γενεύης για τα ηχογραφήματα και η Συμφωνία TRIP του Παγκόσμιου Οργανισμού Εμπορίου (WTO).

Οι βασικοί νόμοι για την προστασία των δικαιωμάτων πνευματικής ιδιοκτησίας είναι: Νόμος περί Εφευρέσεως (1972, όπως τροποποιήθηκε το 1984 και 1992), Νομοθετική Πράξη περί Εμπορικών Σημάτων (1985), Νόμος περί Συγγραφικών Δικαιωμάτων της 4<sup>ης</sup> Φεβρουαρίου του 1994 (αντικατέστησε τη Νομοθετική Πράξη περί Συγγραφικών Δικαιωμάτων του 1952), Νόμος περί αντιμετώπισης του Αθέμιτου Ανταγωνισμού της 16<sup>ης</sup> Απριλίου του 1993. Το διεθνές νομικό πλαίσιο για τον

εκσυγχρονισμό των νομικών καθεστώτων στην ψηφιακή εποχή σχεδιάστηκε σε δύο Συνθήκες του Διεθνούς Οργανισμού Πνευματικής Ιδιοκτησίας (WIPO) στην Γενεύη το 1996, τη Συνθήκη Πνευματικής Ιδιοκτησίας (WIPO Copyright Treaty) και τη Συνθήκη Ερμηνείας και Ηχογραφημάτων (WIPO Performances and Phonograms Treaty). Υπογεγραμμένες από περισσότερες από 100 χώρες, οι δύο Συνθήκες πρέπει να επικυρωθούν από τουλάχιστον 30 χώρες από αυτές που τις υπέγραψαν για να τεθούν σε ισχύ παγκοσμίως. Στην αρχή του 2000, 13 από αυτές τις χώρες είχαν προχωρήσει σε επικύρωση των Συνθηκών ενώ πολλές άλλες βρίσκονταν στο στάδιο της επεξεργασίας της επιβαλλόμενης νομοθεσίας<sup>20,21</sup>.

## **1.5 ΤΟ ΝΟΜΙΚΟ ΠΛΑΙΣΙΟ ΣΤΗΝ ΕΛΛΑΔΑ**

Τα σημαντικότερα άρθρα του νόμου 2121/1993 περί πνευματικής ιδιοκτησίας που αφορούν στα πειρατικά cd είναι τα ακόλουθα :

### **1.5.1 ΚΕΦΑΛΑΙΟ ΠΡΩΤΟ**

#### **ΑΝΤΙΚΕΙΜΕΝΟ ΚΑΙ ΠΕΡΙΕΧΟΜΕΝΟ ΤΟΥ ΔΙΚΑΙΩΜΑΤΟΣ ΤΗΣ ΠΝΕΥΜΑΤΙΚΗΣ ΙΔΙΟΚΤΗΣΙΑΣ**

##### **Άρθρο 1: Πνευματική ιδιοκτησία**

1. Οι πνευματικοί δημιουργοί, με τη δημιουργία του έργου, αποκτούν πάνω σ' αυτό πνευματική ιδιοκτησία, που περιλαμβάνει ως αποκλειστικά και απόλυτα δικαιώματα, το δικαίωμα της εκμετάλλευσης του έργου (περιοριστικό δικαίωμα) και το δικαίωμα της προστασίας του προσωπικού τους δεσμού προς αυτό (ηθικό δικαίωμα).
2. Τα δικαιώματα αυτά περιλαμβάνουν τις εξουσίες, που προβλέπονται στα άρθρα 3 και 4 του παρόντος νόμου.

##### **Άρθρο 2: Αντικείμενο του δικαιώματος**

1. Ως έργο νοείται κάθε πρωτότυπο πνευματικό δημιούργημα λόγου, τέχνης ή επιστήμης, που εκφράζεται με οποιαδήποτε μορφή, ιδίως τα γραπτά ή προφορικά κείμενα, οι μουσικές συνθέσεις, με κείμενο ή χωρίς, τα θεατρικά έργα, με μουσική ή χωρίς, οι χορογραφίες και οι παντομίμες, τα οπτικοακουστικά έργα, τα έργα των εικαστικών τεχνών, στα οποία περιλαμβάνονται τα σχέδια, τα έργα ζωγραφικής και γλυπτικής, τα χαρακτηριστικά έργα και οι λιθογραφίες, τα αρχιτεκτονικά έργα, οι φωτογραφίες, τα έργα των εφαρμοσμένων τεχνών, οι εικονογραφήσεις, οι χάρτες, τα τρισδιάστατα έργα που αναφέρονται στη γεωγραφία, την τοπογραφία, την αρχιτεκτονική ή την επιστήμη.
2. Νοούνται επίσης ως έργα οι μεταφράσεις, οι διασκευές, οι προσαρμογές και οι άλλες μετατροπές έργων ή εκφράσεων της λαϊκής παράδοσης, καθώς και οι συλλογές έργων ή συλλογές εκφράσεων της λαϊκής παράδοσης ή απλών γεγονότων και στοιχείων, όπως οι εγκυκλοπαίδειες, οι ανθολογίες και οι βάσεις δεδομένων, εφόσον η επιλογή ή η διευθέτηση του περιεχομένου τους είναι πρωτότυπη. Η προστασία των έργων της

παρούσας παραγράφου γίνεται με την επιφύλαξη των δικαιωμάτων στα προϋπάρχοντα έργα, που χρησιμοποιήθηκαν ως αντικείμενο των μετατροπών ή των συλλογών.

3. Με την επιφύλαξη των διατάξεων του κεφαλαίου 7 του παρόντος νόμου, θεωρούνται ως έργα λόγου προστατευόμενα κατά τις διατάξεις περί πνευματικής ιδιοκτησίας τα προγράμματα ηλεκτρονικών υπολογιστών και το προπαρασκευαστικό υλικό του σχεδιασμού τους. Η προστασία παρέχεται σε κάθε μορφή έκφρασης ενός προγράμματος ηλεκτρονικού υπολογιστή. Οι ιδέες και οι αρχές στις οποίες βασίζεται οποιοδήποτε στοιχείο προγράμματος ηλεκτρονικού υπολογιστή, περιλαμβανομένων και εκείνων στις οποίες βασίζονται τα συστήματα διασύνδεσής του, δεν προστατεύονται κατά τον παρόντα νόμο. Ένα πρόγραμμα ηλεκτρονικού υπολογιστή θεωρείται πρωτότυπο εφόσον είναι προσωπικό πνευματικό δημιούργημα του δημιουργού του.

4. Η προστασία του παρόντος νόμου είναι ανεξάρτητη από την αξία και τον προορισμό του έργου, καθώς και από το γεγονός ότι το έργο προστατεύεται ενδεχομένως και από άλλες διατάξεις.

5. Η προστασία του παρόντος νόμου δεν εκτείνεται σε επίσημα κείμενα με τα οποία εκφράζεται η άσκηση πολιτειακής αρμοδιότητας και ιδίως σε νομοθετικά, διοικητικά ή δικαστικά κείμενα, καθώς και στις εκφράσεις της λαϊκής παράδοσης, στις ειδήσεις και στα απλά γεγονότα ή στοιχεία.

### **Άρθρο 3: Το περιουσιακό δικαίωμα**

1. Το περιουσιακό δικαίωμα δίνει στο δημιουργό ιδίως την εξουσία να επιτρέπει ή να απαγορεύει: α) την εγγραφή και την αναπαραγωγή του έργου με κάθε μέσο, όπως μηχανικά, φωτοχημικά ή ηλεκτρονικά μέσα, β) τη μετάφραση του έργου, γ) τη διασκευή, την προσαρμογή ή άλλες μετατροπές του έργου, δ) τη θέση σε κυκλοφορία του πρωτοτύπου ή αντιτύπων του έργου με μεταβίβαση της κυριότητας, με εκμίσθωση ή με δημόσιο δανεισμό, καθώς και την επιβολή περιοριστικών όρων στη μεταβίβαση, την εκμίσθωση ή το δημόσιο δανεισμό, ιδίως σε ότι αφορά τη χρήση αντιτύπων, ε) την παρουσίαση του έργου στο κοινό, στ) τη δημόσια εκτέλεση του έργου, ζ) τη μετάδοση ή αναμετάδοση του έργου στο κοινό με τη ραδιοφωνία και την τηλεόραση, με ηλεκτρομαγνητικά κύματα ή με καλώδια ή με άλλους υλικούς αγωγούς ή με οποιονδήποτε άλλο τρόπο, παραλλήλως προς την επιφάνεια της γης ή μέσω δορυφόρων, η) την εισαγωγή αντιτύπων του έργου, που παρήχθησαν στο εξωτερικό χωρίς τη συναίνεση του δημιουργού, ή εφόσον πρόκειται για εισαγωγή από χώρες εκτός της Ευρωπαϊκής Κοινότητας, που το δικαίωμα της εισαγωγής αντιτύπων στην Ελλάδα είχε συμβατικά διατηρηθεί από το δημιουργό.

2. Δημόσια θεωρείται κάθε χρήση ή εκτέλεση ή παρουσίαση του έργου, που κάνει το έργο προσιτό σε κύκλο προσώπων ευρύτερο από το στενό κύκλο της οικογένειας και το άμεσο κοινωνικό περιβάλλον, ανεξαρτήτως από το αν τα πρόσωπα αυτού του ευρύτερου κύκλου βρίσκονται στον ίδιο ή σε διαφορετικούς χώρους.

## **Άρθρο 4: Το ηθικό δικαίωμα**

1. Το ηθικό δικαίωμα δίνει στο δημιουργό ιδίως τις εξουσίες: α) της απόφασης για το χρόνο, τον τόπο και τον τρόπο κατά τους οποίους το έργο θα γίνει προσιτό στο κοινό (δημοσίευση), β) της αναγνώρισης της πατρότητας του πάνω στο έργο και ειδικότερα την εξουσία να απαιτεί, στο μέτρο του δυνατού, τη μνεία του ονόματός του στα αντίτυπα του έργου του και σε κάθε δημόσια χρήση του έργου ή, αντίθετα, να κρατάει την ανωνυμία του ή να χρησιμοποιεί ψευδώνυμο, γ) της απαγόρευσης κάθε παραμόρφωσης, περικοπής ή άλλης τροποποίησης του έργου του, καθώς και κάθε προσβολής του δημιουργού οφειλόμενης στις συνθήκες παρουσίασης του έργου στο κοινό, δ) της προσπέλασης στο έργο του έστω και αν το περιουσιακό δικαίωμα στο έργο ή η κυριότητα στον υλικό φορέα του έργου ανήκει σε άλλον, οπότε η προσπέλαση πρέπει να πραγματοποιείται κατά τρόπο που προκαλεί τη μικρότερη δυνατή ενόχληση στο δικαιούχο, ε) προκειμένου περί έργων λόγου ή επιστήμης, της υπαναχώρησης από συμβάσεις μεταβίβασης του περιουσιακού δικαιώματος ή εκμετάλλευσής του ή άδειας εκμετάλλευσης του εφόσον αυτό είναι αναγκαίο για την προστασία της προσωπικότητας του εξαιτίας μεταβολής στις πεποιθήσεις του ή στις περιστάσεις και με καταβολή αποζημίωσης στον αντισυμβαλλόμενο για τη θετική του ζημία.

2. Στην τελευταία περίπτωση της προηγούμενης παραγράφου, η υπαναχώρηση ενεργεί μετά την καταβολή της αποζημίωσης. Αν, μετά την υπαναχώρηση, ο δημιουργός αποφασίσει και πάλι να προβεί σε μεταβίβαση ή εκμετάλλευση του έργου ή έργου παραπλήσιου, οφείλει κατά προτεραιότητα να προσφέρει στον παλαιό αντισυμβαλλόμενο του τη δυνατότητα να ανακαταρτίσει την παλαιά σύμβαση με όρους όμοιους ή ανάλογους προς εκείνους που ίσχυαν κατά το χρόνο της υπαναχώρησης.

3. Το ηθικό δικαίωμα είναι ανεξάρτητο από το περιουσιακό δικαίωμα και παραμένει στο δημιουργό ακόμα και μετά τη μεταβίβαση του περιουσιακού δικαιώματος<sup>4,25</sup>.

### **1.5.2 ΚΕΦΑΛΑΙΟ ΤΕΤΑΡΤΟ**

#### **ΠΕΡΙΟΡΙΣΜΟΙ ΤΟΥ ΠΕΡΙΟΥΣΙΑΚΟΥ ΔΙΚΑΙΩΜΑΤΟΣ**

### **Άρθρο 18: Αναπαραγωγή για ιδιωτική χρήση**

1. Με την επιφύλαξη των επόμενων παραγράφων επιτρέπεται, χωρίς την άδεια του δημιουργού και χωρίς αμοιβή, αναπαραγωγή ενός έργου, που έχει νομίμως δημοσιευθεί εφόσον η αναπαραγωγή γίνεται για ιδιωτική χρήση εκείνου που την κάνει. Δεν αποτελεί ιδιωτική χρήση η χρήση στο πλαίσιο μιας επιχείρησης ή μιας υπηρεσίας ή ενός οργανισμού.

2. Η ελευθερία της αναπαραγωγής για ιδιωτική χρήση δεν ισχύει όταν με την αναπαραγωγή εμποδίζεται η κανονική εκμετάλλευση του έργου ή βλάπτονται τα νόμιμα συμφέροντα των δημιουργών και ιδίως: α) όταν αναπαράγεται αρχιτεκτονικό έργο σε μορφή κτιρίου ή άλλης παρεμφερούς κατασκευής, β) όταν αναπαράγεται, με τεχνικά μέσα, έργο των εικαστικών τεχνών, που κυκλοφορεί σε περιορισμένο αριθμό ή η γραφική παράσταση μουσικού έργου.

3. Εάν για την ελεύθερη αναπαραγωγή του έργου χρησιμοποιούνται τεχνικά μέσα, όπως συσκευές εγγραφής ήχου ή εικόνας ή ήχου και εικόνας, μαγνητικές ταινίες ή άλλοι υλικοί φορείς πρόσφοροι για την αναπαραγωγή ήχου ή εικόνας ή ήχου και εικόνας, φωτοτυπικά μηχανήματα, χαρτί κατάλληλο για φωτοτυπίες ή ηλεκτρονικοί υπολογιστές, οφείλεται εύλογη αμοιβή στο δημιουργό του έργου και σε δικαιούχους συγγενικών δικαιωμάτων. Η αμοιβή ορίζεται σε 6% της αξίας των συσκευών εγγραφής ήχου ή εικόνας ή ήχου και εικόνας και των μαγνητικών ταινιών ή άλλων υλικών φορέων, 4% της αξίας των φωτοτυπικών συσκευών και του χαρτιού κατάλληλου για φωτοτυπίες και 2% της αξίας των ηλεκτρονικών υπολογιστών. Σε κάθε περίπτωση, ο υπολογισμός γίνεται κατά την εισαγωγή ή τη διάθεση από το εργοστάσιο ή τη χονδρική ή λιανική πώληση.

Η αμοιβή καταβάλλεται από τους παραγωγούς ή τους εισαγωγείς ή τους εμπόρους των αντικειμένων αυτών και σημειώνεται στο τιμολόγιο, εισπράττεται δε από οργανισμούς συλλογικής διαχείρισης, που καλύπτουν εν όλο ή εν μέρει την ενδιαφερόμενη κατηγορία δικαιούχων, οι οποίοι και επιλέγουν τον οφειλέτη. Η αμοιβή που εισπράττεται από την παραγωγή ή την εισαγωγή ή την πώληση φωτοτυπικών μηχανημάτων, χαρτιού κατάλληλου για φωτοτυπίες και ηλεκτρονικών υπολογιστών κατανέμεται εξ' ημισείας μεταξύ των πνευματικών δημιουργών και των εκδοτών εντύπων. Η αμοιβή που εισπράττεται από την παραγωγή ή την εισαγωγή ή την πώληση συσκευών εγγραφής και υλικών φορέων ήχου ή εικόνας ή ήχου και εικόνας κατανέμεται κατά 55% στους πνευματικούς δημιουργούς, 25% στους ερμηνευτές ή εκτελεστές καλλιτέχνες και 20% στους παραγωγούς γραμμένων μαγνητικών ταινιών ή άλλων γραμμένων υλικών φορέων ήχου ή εικόνας ή ήχου και εικόνας. Οι αναγκαίες λεπτομέρειες της καταβολής και της διανομής στις διάφορες κατηγορίες ή υποκατηγορίες της ίδιας κατηγορίας δικαιούχων μπορεί να οριστούν με προεδρικό διάταγμα, που εκδίδεται ύστερα από πρόταση του Υπουργού Πολιτισμού.

4. Κάθε οργανισμός συλλογικής διαχείρισης έχει το δικαίωμα να ζητήσει οποτεδήποτε από οποιονδήποτε οφειλέτη, κοινοποιώντας του σχετική γραπτή πρόσκληση, να δηλώσει εγγράφως και υπευθύνως κατά το Ν.1599/1986 προς τον Οργανισμό Πνευματικής Ιδιοκτησίας: α) τη συνολική αξία των συσκευών εγγραφής ήχου ή εικόνας ή ήχου και εικόνας, υλικών φορέων ήχου ή εικόνας ή ήχου και εικόνας, φωτοτυπικών μηχανημάτων, χαρτιού κατάλληλου για φωτοτυπίες, ηλεκτρονικών υπολογιστών ή άλλων τεχνικών μέσων τα οποία χρησιμοποιούνται για την αναπαραγωγή έργου κατά τα ανωτέρω και τα οποία κατά περίπτωση εισήγαγε ή διέθεσε ή πώλησε και β) ότι αυτή είναι πράγματι η συνολική αξία χωρίς καμία απόκρυψη. Μέσα σε ένα μήνα από την κοινοποίηση της σχετικής πρόσκλησης ο οφειλέτης υποχρεούται να υποβάλει στον Οργανισμό Πνευματικής Ιδιοκτησίας την ως άνω υπεύθυνη δήλωση υπογραμμένη από τον ίδιο, όταν πρόκειται για ατομική επιχείρηση, ή από τον κατά το Καταστατικό εκπρόσωπό του, όταν πρόκειται για εταιρεία.

5. Οι οργανισμοί συλλογικής διαχείρισης δεν δικαιούνται να ζητήσουν από τον ίδιο οφειλέτη την υποβολή νέας υπεύθυνης δήλωσης πριν παρέλθουν έξι τουλάχιστον μήνες από την υποβολή της αμέσως προηγούμενης.

6. Αν ο οφειλέτης δεν συμμορφωθεί με την υποχρέωση υποβολής της υπεύθυνης δήλωσης που αναφέρεται παραπάνω, το μονομελές πρωτοδικείο δικάζον κατά τη διαδικασία των ασφαλιστικών μέτρων, διατάσσει την άμεση εκ μέρους του κληθέντος υποβολή της υπεύθυνης δήλωσης με την απειλή, σε κάθε περίπτωση μη συμμόρφωσής του, χρηματικής ποινής υπέρ του αιτούντος οργανισμού συλλογικής διαχείρισης ενός μέχρι δέκα εκατομμυρίων δραχμών.

7. Αν ο οφειλέτης, μέσα σε προθεσμία είκοσι ημερών από τη δημοσίευση της παραπάνω απόφασης, δεν συμμορφωθεί με την υποχρέωση υποβολής της υπεύθυνης δήλωσης, αίρεται ως προς αυτόν, ανεξάρτητα από κάθε άλλη κύρωση, ο χρονικός περιορισμός των έξι μηνών, κατά τα ανωτέρω, και οποιοσδήποτε οργανισμός συλλογικής διαχείρισης δικαιούται να ζητήσει από αυτόν υποβολή υπεύθυνης δήλωσης κάθε μήνα. Στην περίπτωση αυτή εφαρμόζονται ως προς κάθε μία υπεύθυνη δήλωση οι διατάξεις της αμέσως προηγούμενης παραγράφου.

8. Κάθε οργανισμός συλλογικής διαχείρισης, με δικές του δαπάνες, δικαιούται να ζητήσει τον έλεγχο της ακρίβειας του περιεχομένου οποιασδήποτε υπεύθυνης δήλωσης από έναν ορκωτό ελεγκτή που ορίζεται από τον Οργανισμό Πνευματικής Ιδιοκτησίας. Σε περίπτωση άρνησης του οφειλέτη να δεχθεί τον ανωτέρω έλεγχο, η διενέργειά του διατάσσεται από το μονομελές πρωτοδικείο, σύμφωνα με όσα ορίζονται παραπάνω. Η εκάστοτε έκθεση του ορκωτού ελεγκτή κατατίθεται στον Οργανισμό Πνευματικής Ιδιοκτησίας και αντίγραφο αυτής δικαιούται να λάβει κάθε οργανισμός συλλογικής διαχείρισης. Η διενέργεια νέου ελέγχου κατ' αίτηση άλλων οργανισμών συλλογικής διαχείρισης για την ίδια δήλωση αποκλείεται.

9. Τα δικαιώματα των οργανισμών συλλογικής διαχείρισης που αναφέρονται στις προηγούμενες παραγράφους έχουν κατ'αλληλών και όλες οι επιχειρήσεις που εισάγουν ή παράγουν ή διαθέτουν ή πωλούν τεχνικά μέσα και υλικούς φορείς που υπόκεινται στην αμοιβή του παρόντος άρθρου. Στην περίπτωση διενέργειας ελέγχου από ορκωτό ελεγκτή, η σχετική δαπάνη βαρύνει την επιχείρηση που ζήτησε τη διενέργειά του.

10. Σε περίπτωση κατά την οποία για την καταβολή της εύλογης αμοιβής επιλέγεται ο εισαγωγέας, είτε πρόκειται για εισαγωγή, είτε για ενδοκοινοτική απόκτηση των αναφερόμενων στην παράγραφο 3 του άρθρου 18 Ν2121/1993 υλικών φορέων ήχου ή εικόνας ή ήχου και εικόνας ή άλλων τεχνικών μέσων, η αμοιβή υπολογίζεται επί της αξίας που αναγράφεται στο τιμολόγιο του ξένου οίκου, η δε προβλεπόμενη από το παρόν Αρθροσημείωση επί του τιμολογίου γίνεται επί του τιμολογίου διάθεσης των εν λόγω υλικών φορέων και τεχνικών μέσων και αναφέρει απλώς ότι στην τιμή διάθεσης περιλαμβάνεται και η υπολογισθείσα επί της ανωτέρω αξίας αμοιβή της παραγράφου 3 του άρθρου 18 του Ν.2121/1993. Η αμοιβή καθίσταται απαιτητή τρεις μήνες από την εισαγωγή<sup>4,25</sup>.



### 1.5.3 ΚΕΦΑΛΑΙΟ ΠΕΜΠΤΟ

#### ΔΙΑΡΚΕΙΑ ΤΗΣ ΠΡΟΣΤΑΣΙΑΣ

##### **Άρθρο 29: Η διάρκεια γενικώς**

1. Η πνευματική ιδιοκτησία διαρκεί όσο η ζωή του δημιουργού και εβδομήντα χρόνια μετά το θάνατό του, που υπολογίζονται από το τέλος του έτους θανάτου.

2. Μετά τη λήξη της προστασίας της πνευματικής ιδιοκτησίας, το Δημόσιο, εκπροσωπούμενο από τον Υπουργό Πολιτισμού μπορεί να ασκεί τις εξουσίες αναγνώρισης της πατρότητας του δημιουργού και τις εξουσίες προστασίας της ακεραιότητας του έργου που απορρέουν από το ηθικό δικαίωμα κατά το Άρθρο 4 παρ. 1 περιπτ. β' και γ' του παρόντος νόμου.

##### **Άρθρο 30: Έργα συνεργασίας**

Η πνευματική ιδιοκτησία σε έργα, που είναι προϊόν συνεργασίας, διαρκεί όσο η ζωή του τελευταίου επιζώντος δημιουργού και εβδομήντα χρόνια μετά το θάνατό του, που υπολογίζονται από το τέλος του έτους θανάτου.

##### **Άρθρο 31: Ειδική έναρξη της διάρκειας**

1. Η πνευματική ιδιοκτησία σε έργα που δημοσιεύθηκαν ανώνυμα ή ψευδώνυμα διαρκεί επί εβδομήντα χρόνια από το τέλος του έτους όπου το έργο δημοσιεύθηκε νομίμως για πρώτη φορά εκτός εάν, πριν από την πάροδο αυτής της χρονικής περιόδου ο δημιουργός έκανε γνωστή την ταυτότητά του, οπότε εφαρμόζονται οι γενικοί κανόνες.

2. Η πνευματική ιδιοκτησία σε έργα, που δημοσιεύθηκαν μετά το θάνατο των δημιουργών τους από τρίτους κατόχους, διαρκεί επί εβδομήντα χρόνια από το τέλος του έτους, όπου το έργο δημοσιεύθηκε για πρώτη φορά<sup>4,25</sup>.

### 1.5.4 ΚΕΦΑΛΑΙΟ ΕΒΔΟΜΟ

#### ΕΙΔΙΚΕΣ ΔΙΑΤΑΞΕΙΣ ΓΙΑ ΤΑ ΠΡΟΓΡΑΜΜΑΤΑ ΗΛΕΚΤΡΟΝΙΚΩΝ ΥΠΟΛΟΓΙΣΤΩΝ

##### **Άρθρο 40: Έργα μισθωτών**

Το περιουσιακό δικαίωμα σε πρόγραμμα ηλεκτρονικού υπολογιστή, που δημιουργήθηκε από μισθωτό σε εκτέλεση σύμβασης εργασίας ή σύμφωνα με τις οδηγίες του εργοδότη του, μεταβιβάζεται αυτοδικαίως στον εργοδότη, εκτός αν υπάρχει αντίθετη συμφωνία.

## **Άρθρο 41: Εξάντληση δικαιώματος**

Η πρώτη πώληση αντιγράφου ενός προγράμματος ηλεκτρονικού υπολογιστή μέσα στην Ευρωπαϊκή Κοινότητα από το δημιουργό ή με τη συγκατάθεση του εξαντλεί το δικαίωμα διάθεσης του αντιτύπου αυτού μέσα στην Κοινότητα με εξαίρεση του δικαιώματος ελέγχου των μεταγενέστερων εκμισθώσεων του προγράμματος ή ενός αντιγράφου του.

## **Άρθρο 42: Περιορισμοί**

1. Εφόσον δεν υπάρχει αντίθετη συμφωνία, επιτρέπεται, χωρίς την άδεια του δημιουργού και χωρίς πληρωμή αμοιβής, η αναπαραγωγή, η μετάφραση, η προσαρμογή, η διασκευή ή οποιαδήποτε άλλη μετατροπή ενός προγράμματος ηλεκτρονικού υπολογιστή, όταν οι πράξεις αυτές είναι αναγκαίες για την κατά προορισμό χρησιμοποίηση του προγράμματος, συμπεριλαμβανομένης και της διόρθωσης σφαλμάτων, από το πρόσωπο που το απέκτησε νομίμως.

2. Δεν εμπίπτει στον περιορισμό της προηγούμενης παραγράφου και χρειάζεται άδεια του δημιουργού η αναπαραγωγή που είναι αναγκαία για τη φόρτωση, την εμφάνιση στην οθόνη, την εκτέλεση, τη μεταβίβαση ή την αποθήκευση του προγράμματος ηλεκτρονικού υπολογιστή.

3. Ο νόμιμος χρήστης ενός προγράμματος ηλεκτρονικού υπολογιστή δεν μπορεί να εμποδιστεί συμβατικά να παραγάγει, χωρίς την άδεια του δημιουργού και χωρίς πληρωμή αμοιβής, ένα εφεδρικό αντίγραφο του προγράμματος στο μέτρο που αυτό είναι απαραίτητο για τη χρήση.

4. Επιτρέπεται στο νόμιμο χρήστη αντιγράφου προγράμματος ηλεκτρονικού υπολογιστή, χωρίς την άδεια του δημιουργού και χωρίς πληρωμή αμοιβής, η παρακολούθηση, η μελέτη ή δοκιμή της λειτουργίας του προγράμματος προκειμένου να εντοπισθούν οι ιδέες και αρχές που αποτελούν τη βάση οποιουδήποτε στοιχείου του προγράμματος, εάν οι ενέργειες αυτές γίνονται κατά τη διάρκεια πράξης που αποτελεί νόμιμη χρήση του προγράμματος. Αντίθετη συμφωνία δεν επιτρέπεται.

5. Αναπαραγωγή για ιδιωτική χρήση πέραν από τις περιπτώσεις των δύο προηγούμενων παραγράφων του παρόντος άρθρου δεν επιτρέπεται.

## **Άρθρο 43: Αποσυμπίληση**

1. Επιτρέπεται στο νόμιμο χρήστη αντιγράφου προγράμματος, χωρίς την άδεια του δημιουργού και χωρίς πληρωμή αμοιβής, η ενέργεια των πράξεων, που προβλέπονται στις παραγράφους 1 και 2 του άρθρου 42, εφόσον είναι απαραίτητη προκειμένου να ληφθούν οι αναγκαίες πληροφορίες για τη διαλειτουργικότητα ενός ανεξάρτητα δημιουργηθέντος προγράμματος ηλεκτρονικού υπολογιστή με άλλα προγράμματα, εφόσον οι αναγκαίες για τη διαλειτουργικότητα πληροφορίες δεν ήταν ήδη ευκόλως και ταχέως προσιτές στο νόμιμο χρήστη και εφόσον οι πράξεις περιορίζονται στα μέρη του αρχικού προγράμματος, που είναι απαραίτητα για τη διαλειτουργικότητα αυτή.

2. Οι διατάξεις της προηγούμενης παραγράφου δεν επιτρέπουν, οι πληροφορίες που ελήφθησαν κατ' εφαρμογή τους: α) να χρησιμοποιηθούν για σκοπούς άλλους εκτός από την επίτευξη της διαλειτουργικότητας του ανεξάρτητα δημιουργηθέντος προγράμματος, β) να ανακοινωθούν σε άλλα πρόσωπα εκτός από τις περιπτώσεις όπου αυτό απαιτείται για τη διαλειτουργικότητα του ανεξάρτητα δημιουργηθέντος προγράμματος ηλεκτρονικού υπολογιστή, γ) να χρησιμοποιηθούν για την επεξεργασία, την παραγωγή ή την εμπορία προγράμματος ηλεκτρονικού υπολογιστή, του οποίου η έκφραση είναι κατά βάση όμοια προς το αρχικό πρόγραμμα ή για οποιαδήποτε άλλη πράξη που προσβάλλει την πνευματική ιδιοκτησία του δημιουργού.

3. Οι διατάξεις του παρόντος άρθρου δεν μπορούν να ερμηνευθούν έτσι ώστε να επιτρέπεται η εφαρμογή τους κατά τρόπο που θα έβλαπτε την κανονική εκμετάλλευση του προγράμματος του ηλεκτρονικού υπολογιστή ή θα προκαλούσε αδικαιολόγητη βλάβη στα νόμιμα συμφέροντα του δημιουργού του.

#### **Άρθρο 44: Διάρκεια της προστασίας**

Το δικαίωμα του δημιουργού προγράμματος ηλεκτρονικού υπολογιστή διαρκεί όσο η ζωή του δημιουργού και πενήντα χρόνια μετά το θάνατό του που υπολογίζονται από το τέλος του έτους όπου πέθανε ο δημιουργός.

#### **Άρθρο 45: Ισχύς άλλων διατάξεων και συμφωνιών**

1. Οι διατάξεις του παρόντος κεφαλαίου δεν θίγουν άλλες νομικές διατάξεις, που αφορούν ιδίως τα διπλώματα ευρεσιτεχνίας, τα σήματα, τον αθέμιτο ανταγωνισμό, το εμπορικό απόρρητο, την προστασία των ημιαγωγών προϊόντων ή το δίκαιο των συμβάσεων.

2. Συμφωνίες αντίθετες προς τις παραγράφους 3 και 4 του άρθρου 42 και προς το Άρθρο 43 είναι άκυρες<sup>4,25</sup>.

#### **1.5.5 ΚΕΦΑΛΑΙΟ ΟΓΔΩΟ**

#### **ΣΥΓΓΕΝΙΚΑ ΔΙΚΑΙΩΜΑΤΑ**

#### **Άρθρο 46: Άδεια από ερμηνευτές ή εκτελεστές καλλιτέχνες**

1. Ως ερμηνευτές ή εκτελεστές καλλιτέχνες θεωρούνται τα πρόσωπα που ερμηνεύουν ή εκτελούν με οποιονδήποτε τρόπο έργα του πνεύματος όπως οι ηθοποιοί, οι μουσικοί, οι τραγουδιστές, οι χορωδοί, οι χορευτές, οι καλλιτέχνες κουκλοθέατρου, θεάτρου σκιών, θεάματος ποικιλιών (βαριετέ) ή ιπποδρόμου (τσίρκου).

2. Οι ερμηνευτές ή εκτελεστές καλλιτέχνες έχουν το δικαίωμα να επιτρέπουν ή να απαγορεύουν: α) την εγγραφή της ζωντανής ερμηνείας ή εκτέλεσής τους σε υλικό φορέα ήχου ή εικόνας ή ήχου και εικόνας, β) την άμεση ή έμμεση αναπαραγωγή της εγγραφής

της ερμηνείας ή εκτέλεσής τους καθώς και τη θέση σε κυκλοφορία με μεταβίβαση της κυριότητας, με εκμίσθωση ή με δημόσιο δανεισμό του υλικού φορέα με την εγγραφή, γ) τη ραδιοηλεκτρονική μετάδοση με οποιονδήποτε τρόπο, όπως ηλεκτρομαγνητικά κύματα, δορυφόροι, καλώδια, καθώς και την παρουσίαση στο κοινό του υλικού φορέα με την παράνομη εγγραφή, δ) τη ραδιοηλεκτρονική μετάδοση με οποιονδήποτε τρόπο, όπως ηλεκτρομαγνητικά κύματα, δορυφόροι, καλώδια, της ζωντανής ερμηνείας ή εκτέλεσής τους, εκτός αν η μετάδοση αυτή αποτελεί αναμετάδοση νόμιμης μετάδοσης, ε) την παρουσίαση στο κοινό της ζωντανής ερμηνείας ή εκτέλεσής τους, που γίνεται με οποιονδήποτε τρόπο, εκτός από ραδιοηλεκτρονική μετάδοση.

3. Η άδεια που απαιτείται για την ενέργεια των πράξεων της παραγράφου 2 του παρόντος άρθρου, αν δεν υπάρχει αντίθετη συμφωνία στην οποία να ορίζονται συγκεκριμένα οι πράξεις για τις οποίες δίνεται η άδεια, θεωρείται ότι έχει δοθεί, όταν ο ερμηνευτής ή εκτελεστής καλλιτέχνης συνδέεται μ' εκείνον που επιχειρεί αυτές τις πράξεις με σύμβαση εργασίας, που έχει ως σκοπό την ενέργεια αυτών των συγκεκριμένων πράξεων. Ο ερμηνευτής ή εκτελεστής καλλιτέχνης πάντοτε διατηρεί το δικαίωμα αμοιβής για την ενέργεια καθεμιάς από τις πράξεις που προβλέπονται στην παράγραφο 2 του παρόντος άρθρου σε κάθε τρόπο εκμετάλλευσης της ερμηνείας ή εκτέλεσής του. Ειδικότερα, ο ερμηνευτής ή εκτελεστής καλλιτέχνης διατηρεί το δικαίωμα εύλογης αμοιβής για την εκμίσθωση, χωρίς να μπορεί να παραιτηθεί από αυτό, εάν έχει δώσει σε παραγωγό υλικών φορέων ήχου ή εικόνας ή ήχου και εικόνας άδεια για την εκμίσθωση του υλικού φορέα με την εγγραφή της ερμηνείας του.

4. Σε περίπτωση ερμηνείας ή εκτέλεσης από σύνολο, οι μετέχοντες σε αυτό ερμηνευτές ή εκτελεστές καλλιτέχνες ορίζουν με πλειοψηφία και εγγράφως έναν αντιπρόσωπό τους για την άσκηση των δικαιωμάτων που προβλέπονται στη δεύτερη παράγραφο του παρόντος άρθρου. Αυτή η αντιπροσώπευση δεν αφορά το διευθυντή της ορχήστρας ή της χορωδίας, του σολίστ, τους πρωταγωνιστές και το σκηνοθέτη. Αν δεν έχει ορισθεί αντιπρόσωπος σύμφωνα με το εδάφιο α' της παρούσας παραγράφου, η άσκηση των δικαιωμάτων που προβλέπονται στη δεύτερη παράγραφο του παρόντος άρθρου γίνεται από το διευθυντή του συνόλου.

5. Απαγορεύεται η μεταβίβαση εν ζωή των δικαιωμάτων που προβλέπονται στη δεύτερη παράγραφο του παρόντος άρθρου, καθώς και η παραίτηση από αυτά. Είναι δυνατή η ανάθεση της διαχείρισης και προστασίας των δικαιωμάτων αυτών σε οργανισμούς συλλογικής διαχείρισης κατά τα οριζόμενα στα άρθρα 54 έως 58 του παρόντος νόμου.

#### **Άρθρο 47: Άδεια από παραγωγούς υλικών φορέων**

1. Οι παραγωγοί υλικών φορέων ήχου ή εικόνας ή ήχου και εικόνας έχουν το δικαίωμα να επιτρέπουν ή να απαγορεύουν την άμεση ή έμμεση αναπαραγωγή και τη θέση σε κυκλοφορία με μεταβίβαση της κυριότητας, με εκμίσθωση ή με δημόσιο δανεισμό των φορέων που έχουν παραγάγει. Έχουν επίσης το δικαίωμα να απαγορεύουν την εισαγωγή υλικών φορέων που παρήχθησαν στο εξωτερικό χωρίς τη συναίνεσή τους ή, εφόσον πρόκειται για εισαγωγή από χώρες εκτός της Ευρωπαϊκής Κοινότητας, που το δικαίωμα της εισαγωγής τους είχε συμβατικά διατηρηθεί από τον παραγωγό.

2. Ως παραγωγός υλικού φορέα νοείται το φυσικό ή νομικό πρόσωπο με πρωτοβουλία και ευθύνη του οποίου πραγματοποιείται η πρώτη εγγραφή σειράς ήχων μόνο. Ως παραγωγός υλικού φορέα εικόνας ή ήχου και εικόνας νοείται το φυσικό ή νομικό πρόσωπο με πρωτοβουλία και ευθύνη του οποίου πραγματοποιείται η πρώτη εγγραφή σειράς εικόνων με ή χωρίς ήχο.

### **Άρθρο 50: Ηθικό δικαίωμα**

1. Οι ερμηνευτές ή εκτελεστές καλλιτέχνες έχουν καθ' όλη τη διάρκεια της ζωής τους το δικαίωμα αναγνώρισης και προβολής της πατρότητάς τους πάνω στην ερμηνεία ή την εκτέλεσή τους και το δικαίωμα της απαγόρευσης κάθε παραμόρφωσης της ερμηνείας ή της εκτέλεσης αυτής.

2. Μετά το θάνατο του ερμηνευτή ή εκτελεστή καλλιτέχνη το δικαίωμα αυτό περιέρχεται στους κληρονόμους του.

3. Οι διατάξεις του άρθρου 12 παράγραφος 2 και του άρθρου 16 εφαρμόζονται αναλόγως και στο ηθικό δικαίωμα των ερμηνευτών ή εκτελεστών καλλιτεχνών.

### **Άρθρο 52: Τύπος άδειας, περιορισμοί και διάρκεια δικαιωμάτων**

Το δικαιώματα που προβλέπονται στα άρθρα 46 έως 51 διέπονται από τους ακόλουθους κανόνες : α) οι δικαιοπραξίες, που αφορούν τα δικαιώματα αυτά, ισχύουν μόνο εφόσον έγιναν γραπτώς, β) οι περιορισμοί, που προβλέπονται για το περιουσιακό δικαίωμα της πνευματικής ιδιοκτησίας, ισχύουν αναλόγως και γι αυτά, γ) η διάρκεια των δικαιωμάτων των ερμηνευτών ή εκτελεστών καλλιτεχνών, που προβλέπονται από τα άρθρα 46 και 49 του παρόντος νόμου, ορίζεται σε πενήντα χρόνια από το τέλος του έτους κατά το οποίο έγινε η ερμηνεία ή η εκτέλεση, αλλά δεν μπορεί να είναι μικρότερη από τη διάρκεια της ζωής του καλλιτέχνη, δ) η διάρκεια των δικαιωμάτων των παραγωγών υλικών φορέων, των ραδιοτηλεοπτικών οργανισμών και των εκδοτών που προβλέπονται στα άρθρα 47 έως 49 και 51 του παρόντος νόμου ορίζεται σε πενήντα χρόνια από το τέλος του έτους κατά το οποίο έγινε η αρχική παραγωγή του υλικού φορέα ή η πρώτη ραδιοτηλεοπτική εκπομπή ή η τελευταία έκδοση του έργου.

### **Άρθρο 53: Προστασία της πνευματικής ιδιοκτησίας**

Η προστασία, που προβλέπεται από τα άρθρα 46 έως 52 του παρόντος νόμου, αφήνει ακέραιη και δεν επηρεάζει κατά κανένα τρόπο την προστασία της πνευματικής ιδιοκτησίας. Καμία από τις διατάξεις που αναφέρονται στο προηγούμενο εδάφιο δεν μπορεί να ερμηνευθεί κατά τρόπο που θίγει την προστασία αυτή. Εάν οι ερμηνευτές ή εκτελεστές καλλιτέχνες, οι παραγωγοί υλικών φορέων ήχου ή εικόνας ή ήχου και εικόνας, οι ραδιοτηλεοπτικοί οργανισμοί και οι εκδότες εντύπων έχουν αποκτήσει, εκτός από το συγγενικό δικαίωμα και δικαίωμα πνευματικής ιδιοκτησίας στο έργο, το δικαίωμα αυτό και το συγγενικό δικαίωμα υπάρχουν παραλλήλως και παρέχουν τις εξουσίες που απορρέουν από το κάθε δικαίωμα<sup>4,25</sup>.

## 1.5.6 ΚΕΦΑΛΑΙΟ ΔΕΚΑΤΟ

### ΜΕΤΡΑ ΠΡΟΛΗΨΗΣ ΤΗΣ ΠΡΟΣΒΟΛΗΣ ΤΟΥ ΔΙΚΑΙΩΜΑΤΟΣ

#### **Άρθρο 59: Επιβολή και τήρηση προδιαγραφών**

Με προεδρικά διατάγματα, εκδιδόμενα ύστερα από πρόταση του Υπουργού Πολιτισμού, μπορεί να καθοριστούν προδιαγραφές για τις συσκευές ή άλλο υλικό αναπαραγωγής έργων, έτσι ώστε να εμποδίζεται ή να περιορίζεται η χρησιμοποίηση των συσκευών ή του άλλου υλικού για πράξεις που προσβάλλουν την κανονική εκμετάλλευση της πνευματικής ιδιοκτησίας ή των συγγενικών δικαιωμάτων.

#### **Άρθρο 60: Επιβολή χρήσης συστημάτων ελέγχου**

Με προεδρικά διατάγματα, εκδιδόμενα ύστερα από πρόταση του Υπουργού Πολιτισμού, μπορεί να επιβληθεί η χρήση συσκευών ή συστημάτων που επιτρέπουν τον προσδιορισμό των αναπαραγόμενων ή χρησιμοποιούμενων έργων και την έκταση ή τη συχνότητα της αναπαραγωγής ή της χρήσης, εφόσον δεν βλάπτονται αδικαιολογήτως τα νόμιμα συμφέροντα των χρηστών.

#### **Άρθρο 61: Ένδειξη ελέγχου**

Με προεδρικά διατάγματα, εκδιδόμενα ύστερα από πρόταση του Υπουργού Πολιτισμού, μπορεί να προβλεφθεί ότι η κυκλοφορία υλικών φορέων ήχου ή εικόνας ή ήχου και εικόνας επιτρέπεται μόνον εφόσον φέρουν επικολημένο στο περικάλυμμα ή σε άλλο εμφανές σημείο ειδικό επίσημα ή ταινία ελέγχου ή άλλη αναγνωριστική ένδειξη οποιουδήποτε τύπου που παρέχεται από τον κατά περίπτωση αρμόδιο οργανισμό συλλογικής διαχείρισης και πιστοποιεί ότι η διάθεση στο εμπόριο ή η κατ' άλλον τρόπο κυκλοφορία του υλικού φορέα δεν αποτελεί προσβολή του δικαιώματος του δημιουργού.

#### **Άρθρο 62: Απαγόρευση κωδικοποίησης**

Απαγορεύεται χωρίς την άδεια του ραδιοτηλεοπτικού οργανισμού που μεταδίδει, με ηλεκτρομαγνητικά κύματα ή με καλώδια ή με άλλους υλικούς αγωγούς ή με οποιονδήποτε άλλο τρόπο, παράλληλα προς την επιφάνεια της γης ή μέσω δορυφόρου προγράμματα κωδικοποιημένα, η διάθεση, η χρήση και η κατοχή με σκοπό χρήσης ή διάθεσης συσκευών αποκωδικοποίησης.

#### **Άρθρο 63: Παρεμπόδιση της προσβολής ή της εξακολούθησής της**

1. Σε κάθε περίπτωση όπου επίκειται η τέλεση πράξης προσβολής της πνευματικής ιδιοκτησίας όπως όταν, χωρίς να υπάρχει η απαιτούμενη άδεια του δημιουργού, πρόκειται να γίνει δημόσια εκτέλεση θεατρικού ή κινηματογραφικού ή μουσικού έργου,

η κατά τόπον αρμόδια αστυνομική αρχή οφείλει να απαγορεύει την πράξη αυτή ύστερα από αίτηση του δημιουργού ή των δικαιωδύχων του. Η εισαγγελική αρχή, εφόσον της ζητηθεί, οφείλει να δώσει σχετική εντολή στην αστυνομική αρχή. Το ίδιο ισχύει και όταν η δημόσια εκτέλεση άρχισε μεν με άδεια του δημιουργού, αλλά η καταβολή της οφειλόμενης αμοιβής καθυστερεί περισσότερο από δύο μέρες.

2. Προκειμένου να χορηγηθεί η κατά το νόμο απαιτούμενη αστυνομική άδεια για τη χρήση μουσικών οργάνων ή για την καταλληλότητα του χώρου ή όποια άλλη άδεια σχετική με χώρο όπου πρόκειται να εκτελεσθούν δημόσια μουσικές συνθέσεις ή άλλα έργα των οποίων η διαχείριση έχει ανατεθεί σε οργανισμό συλλογικής διαχείρισης, απαιτείται η προσαγωγή έγγραφης άδειας δημόσιας εκτέλεσης χορηγούμενης από τον οργανισμό συλλογικής διαχείρισης της εξουσίας δημόσιας εκτέλεσης.

3. Με ασφαλιστικά μέτρα που διατάσσονται από το Μονομελές Πρωτοδικείο εφόσον πιθανολογείται σχετικός κίνδυνος, απαγορεύεται η τέλεση πράξεων που θα αποτελούσαν προσβολή της πνευματικής ιδιοκτησίας, χωρίς να είναι αναγκαίος ο ειδικός προσδιορισμός των συγκεκριμένων έργων.

4. Οι παράγραφοι 1, 2 και 3 του παρόντος άρθρου εφαρμόζονται αναλόγως και στην περίπτωση προσβολής των δικαιούχων συγγενικών δικαιωμάτων που προβλέπονται από τα άρθρα 46, 47 και 48 του παρόντος νόμου<sup>4,25</sup>.

## 1.5.7 ΚΕΦΑΛΑΙΟ ΕΝΔΕΚΑΤΟ

### ΚΥΡΩΣΕΙΣ

#### Άρθρο 64: Κατάσχεση

Εφόσον πιθανολογείται προσβολή της πνευματικής ιδιοκτησίας ή συγγενικού δικαιώματος προβλεπόμενου στα άρθρα 46 έως 48 και 51 του παρόντος νόμου, το Μονομελές Πρωτοδικείο διατάσσει ως ασφαλιστικό μέτρο τη συντηρητική κατάσχεση των αντικειμένων που κατέχονται από τον καθ' ου και αποτελούν μέσο τέλεσης ή προϊόν ή απόδειξη της προσβολής. Αντί για συντηρητική κατάσχεση, το δικαστήριο μπορεί να διατάξει την αναλυτική απογραφή των αντικειμένων αυτών, περιλαμβανόμενης και της φωτογράφισης τους. Στις παραπάνω περιπτώσεις εφαρμόζεται υποχρεωτικώς το Άρθρο 687 παράγραφος 1 του Κ.Πολ.Δ. και χορηγείται υποχρεωτικώς προσωρινή διαταγή κατά το Άρθρο 691 παράγραφος 2 του Κ.Πολ.Δ.

#### Άρθρο 65: Αστικές κυρώσεις

1. Σε κάθε περίπτωση προσβολής της πνευματικής ιδιοκτησίας ή του συγγενικού δικαιώματος ο δημιουργός ή ο δικαιούχος του συγγενικού δικαιώματος μπορεί να αξιώσει την αναγνώριση του δικαιώματός του, την άρση της προσβολής και την παράλειψή της στο μέλλον.

2. Όποιος υπαιτίως προσέβαλε την πνευματική ιδιοκτησία ή τα συγγενικά δικαιώματα άλλου, υποχρεούται σε αποζημίωση και ικανοποίηση της ηθικής βλάβης. Η αποζημίωση δεν μπορεί να είναι κατώτερη από το διπλάσιο της αμοιβής που συνήθως ή κατά νόμο καταβάλλεται για το είδος της εκμετάλλευσης που έκανε χωρίς την άδεια ο υπόχρεος.

3. Αντί για αποζημίωση και χωρίς να απαιτείται υπαιτιότητα του υπόχρεου, ο δημιουργός ή ο δικαιούχος του συγγενικού δικαιώματος μπορεί να αξιώσει είτε την καταβολή του ποσού κατά το οποίο ο υπόχρεος έγινε πλουσιότερος από την εκμετάλλευση του έργου ή του αντικειμένου συγγενικού δικαιώματος προβλεπόμενης στα άρθρα 46 έως 48 και 51 του παρόντος νόμου, χωρίς άδεια του δημιουργού ή του δικαιούχου, είτε την καταβολή του κέρδους που ο υπόχρεος αποκόμισε από την εκμετάλλευση αυτή.

4. Το δικαστήριο, καταδικάζοντας σε παράλειψη πράξης, απειλεί για κάθε παράβαση χρηματική ποινή τριακοσίων χιλιάδων έως ενός εκατομμυρίου δραχμών υπέρ του δημιουργού ή του δικαιούχου συγγενικού δικαιώματος προβλεπόμενου στα άρθρα 46 έως 48 και 51 του παρόντος νόμου, καθώς και προσωπική κράτηση έως ένα έτος. Το ίδιο ισχύει και όταν η καταδίκη γίνεται κατά τη διαδικασία των ασφαλιστικών μέτρων. Κατά τα λοιπά ισχύει το Άρθρο 947 του Κ.Πολ.Δ.

5. Οι αστικές κυρώσεις του παρόντος άρθρου εφαρμόζονται αναλόγως και στην περίπτωση κατά την οποία ο οφειλέτης δεν κατέβαλε σε οργανισμό συλλογικής διαχείρισης την αμοιβή που προβλέπεται από την παράγραφο 3 του άρθρου 18 του παρόντος νόμου.

(Η παράγραφος 5 προσετέθη με το Άρθρο 3 Ν.2435/1996 ΦΕΚ Α'189)

### **Άρθρο 66: Ποινικές κυρώσεις**

1. Όποιος χωρίς δικαίωμα και κατά παράβαση των διατάξεων του παρόντος νόμου ή διατάξεων των κυρωμένων με νόμο πολυμερών διεθνών συμβάσεων για την προστασία της πνευματικής ιδιοκτησίας εγγράφει, αναπαράγει στο πρωτότυπο ή σε μετάφραση ή διασκευή, θέτει σε κυκλοφορία ή κατέχει με σκοπό θέσης σε κυκλοφορία, χρησιμοποιεί κατά παράβαση περιοριστικών όρων, παρουσιάζει στο κοινό, εκτελεί δημόσια, μεταδίδει ραδιοτηλεοπτικά κατά οποιονδήποτε τρόπο και γενικά εκμεταλλεύεται έργο που είναι αντικείμενο πνευματικής ιδιοκτησίας ή εισάγει αντίτυπα ή οργανώνει δημόσια εκτέλεση τέτοιου έργου ή προσβάλλει το δικαίωμα του πνευματικού δημιουργού να αποφασίζει για την παρουσίαση του έργου στο κοινό και να το παρουσιάζει αναλλοίωτο, χωρίς προσθήκες ή περικοπές, τιμωρείται με φυλάκιση τουλάχιστον ενός έτους και χρηματική ποινή 1 έως 5 εκατομμυρίων δραχμών.

2. Με την ίδια ποινή τιμωρείται όποιος, κατά παράβαση των διατάξεων του παρόντος νόμου ή διατάξεων των κυρωμένων με νόμο διεθνών συμβάσεων για την προστασία συγγενικών δικαιωμάτων : α) εγγράφει σε υλικό φορέα ήχου ή εικόνας ή ήχου και εικόνας ή μεταδίδει ραδιοτηλεοπτικά με οποιονδήποτε τρόπο ή παρουσιάζει στο κοινό ζωντανή ερμηνεία ή εκτέλεση χωρίς την άδεια του ερμηνευτή ή εκτελεστή καλλιτέχνη, β) αναμεταδίδει με οποιονδήποτε τρόπο ή εγγράφει ή παρουσιάζει στο κοινό σε χώρους



όπου η είσοδος επιτρέπεται με εισιτήριο ραδιοτηλεοπτική εκπομπή, χωρίς την άδεια του οργανισμού ραδιοτηλεόρασης, γ) χωρίς την άδεια του ερμηνευτή ή εκτελεστή καλλιτέχνη και χωρίς την άδεια του παραγωγού υλικού φορέα αναπαράγει ή θέτει σε κυκλοφορία ή κατέχει με σκοπό τη θέση σε κυκλοφορία υλικούς φορείς που περιέχουν εγγραφή της ερμηνείας ή εκτέλεσης, δ) παρουσιάζει στο κοινό τη ζωντανή ερμηνεία ή εκτέλεση που γίνεται με οποιονδήποτε τρόπο, εκτός από ραδιοτηλεοπτική μετάδοση, χωρίς την άδεια του εκτελεστή ή ερμηνευτή καλλιτέχνη, ε) αναπαράγει, θέτει σε κυκλοφορία ή χρησιμοποιεί κατά οποιονδήποτε τρόπο την εγγραφή της εκπομπής χωρίς την άδεια των δικαιούχων ραδιοτηλεοπτικών οργανισμών, στ) εισάγει υλικούς φορείς που παρήχθησαν στο εξωτερικό χωρίς την άδεια του παραγωγού ή εισάγει υλικούς φορείς με άδεια που απέκλειε την εισαγωγή στην Ελλάδα. Στις περιπτώσεις των εδαφίων δ', ε' και στ' ο δράστης τιμωρείται και εάν όφειλε να γνωρίζει την έλλειψη της άδειας.

3. Αν το όφελος που επιδιώχθηκε ή η ζημία που απειλήθηκε από τις πράξεις των παρ. 1 και 2 είναι ιδιαίτερα μεγάλα, επιβάλλεται φυλάκιση τουλάχιστον δύο ετών και χρηματική ποινή 2 έως 10 εκατομμυρίων δραχμών. Αν ο υπαίτιος τελεί τις παραπάνω πράξεις κατ' επάγγελμα ή αν οι περιστάσεις κάτω από τις οποίες έγινε η πράξη μαρτυρούν ότι ο υπαίτιος είναι ιδιαίτερα επικίνδυνος για την προστασία της πνευματικής ιδιοκτησίας ή των συγγενικών δικαιωμάτων, επιβάλλεται κάθειρξη μέχρι 10 ετών και χρηματική ποινή 5 έως 20 εκατομμυρίων δραχμών, καθώς και αφαίρεση της άδειας λειτουργίας της επιχείρησης, στα πλαίσια της οποίας εκτελέστηκε η πράξη. Θεωρείται ότι η πράξη έχει τελεσθεί κατ' επάγγελμα και όταν ο δράστης έχει καταδικασθεί για αδικήματα του παρόντος άρθρου ή για παράβαση των διατάξεων περί πνευματικής ιδιοκτησίας που ίσχυαν πριν απ' αυτό με αμετάκλητη απόφαση σε ποινή στερητική της ελευθερίας.

4. Με την ποινή των παραγράφων 1,2 και 3 τιμωρείται όποιος δεν κατέβαλε σε οργανισμό συλλογικής διαχείρισης την αμοιβή που προβλέπεται στο Άρθρο 18 παρ. 3 του παρόντος νόμου.

(Η παράγραφος 4 προσετέθη με το Άρθρο3 Ν.2435/1996 ΦΕΚ Α' 189)

5. Με την ποινή της παρ. 1 τιμωρείται όποιος : α) χρησιμοποιεί ή θέτει σε κυκλοφορία ή κατέχει με σκοπό θέσης σε κυκλοφορία συστήματα ή μέσα που έχουν ως μοναδικό σκοπό να διευκολύνουν την χωρίς άδεια αφαίρεση ή εξουδετέρωση τεχνικού συστήματος που προστατεύει ένα πρόγραμμα ηλεκτρονικού υπολογιστή, β) κατασκευάζει ή εισάγει ή χρησιμοποιεί ή θέτει σε κυκλοφορία ή κατέχει με σκοπό θέσης σε κυκλοφορία συσκευές ή άλλο υλικό αναπαραγωγής έργου, που δεν ανταποκρίνονται στις προδιαγραφές που θα έχουν καθοριστεί κατά το Άρθρο 59 του παρόντος νόμου, γ) κατασκευάζει, εισάγει ή χρησιμοποιεί ή θέτει σε κυκλοφορία ή κατέχει με σκοπό θέσης σε κυκλοφορία αντικείμενα ή ενεργεί πράξεις που μπορούν να ματαιώσουν το αποτέλεσμα των παραπάνω προδιαγραφών, δ) αναπαράγει ή χρησιμοποιεί έργα χωρίς χρησιμοποίηση των συσκευών ή χωρίς εφαρμογή των συστημάτων που θα έχουν καθοριστεί κατά το Άρθρο60 του παρόντος νόμου, ε) θέτει σε κυκλοφορία ή κατέχει, με σκοπό να θέσει σε κυκλοφορία υλικούς φορείς ήχου ή εικόνας ή ήχου και εικόνας, χωρίς το ειδικό επίσημα ή την ταινία ελέγχου που θα έχει προβλεφθεί κατά το Άρθρο 61 του παρόντος νόμου.

6. Σε περίπτωση μετατροπής της στερητικής της ελευθερίας ποινής, το ποσό της μετατροπής ορίζεται στο δεκαπλάσιο των ορίων του ποσού της μετατροπής που προβλέπονται κάθε φορά στον Ποινικό Κώδικα.

7. Αν συντρέχουν ελαφρυντικές περιστάσεις, η χρηματική ποινή δεν μπορεί να μειωθεί κάτω από το ήμισυ του ελάχιστου ορίου που προβλέπεται κατά περίπτωση στον παρόντα νόμο.

8. Σε κάθε περίπτωση, το δικαστήριο μπορεί να διατάζει δημοσίευση περίληψης της καταδικαστικής απόφασης, με δαπάνη εκείνου που καταδικάστηκε<sup>4,25</sup>.

## ΚΕΦΑΛΑΙΟ 2<sup>ο</sup>

### 2.1 ΠΑΓΚΟΣΜΙΟΣ ΠΟΛΕΜΟΣ ΚΑΤΑ ΤΩΝ ΠΕΙΡΑΤΩΝ ΤΗΣ ΔΙΣΚΟΓΡΑΦΙΑΣ

Εκστρατεία κατά των «πειρατών» της δισκογραφίας διεξάγουν οι κυβερνήσεις σε ΗΠΑ, Ευρώπη και Ασία, οι ενώσεις των εταιρειών του κλάδου αλλά και τα μέλη της διεθνούς καλλιτεχνικής κοινότητας. Η πειρατεία cd και κασετών, με τη βοήθεια και της τεχνολογίας, έχει γιγαντωθεί τα τελευταία χρόνια και έχει εξελιχθεί σε μια οργανωμένη και καλοστημένη βιομηχανία με ετήσιο τζίρο που ανέρχεται στα 4,3 δισ. δολ. Αποτελεί ουσιαστικά ένα από τα βασικά παρακλάδια της παραοικονομίας διεθνώς, με σημαντικό αντίκτυπο στην κοινωνία και την οικονομική ανάπτυξη. Τα σημαντικότερα προβλήματα εντοπίζονται σε χώρες της Ασίας και της Ευρώπης, όπου το ποσοστό των πειρατικών επί του συνόλου των cd και κασετών που κυκλοφορούν υπερβαίνει το 50%. Το φαινόμενο ανθεί και στη χώρα μας, καθώς, σύμφωνα με πρόσφατα στοιχεία της διεθνούς ένωσης δισκογραφικών εταιρειών, ένα στα δύο cd που κυκλοφορούν είναι πειρατικό<sup>1</sup>.

Οι μεγαλύτερες πειρατικές αγορές στον κόσμο		
Περιοχή	Τζίρος σε εκατ. δολ.	Ποσοστό % πειρατείας cd και κασετών που είναι πειρατικό
Κίνα	400	90
Ρωσία	240	65
Βραζιλία	215	55
Ινδονησία	205	85
Μεξικό	175	60
Ιταλία	110	25
Ισπανία	70	30
Ταϊβάν	50	50
Πολωνία	40	30
Ελλάδα	35	50

### 2.2 ΠΕΙΡΑΤΙΚΟ ΤΟ 50% ΤΩΝ ΠΩΛΗΣΕΩΝ ΣΤΗΝ ΕΛΛΑΔΑ

Τη μεγαλύτερη πτώση όλων των εποχών στις πωλήσεις τους διανύουν οι δισκογραφικές εταιρείες στην Ελλάδα, κρούοντας τον κώδωνα του κινδύνου για τη λαθραία αντιγραφή και διακίνηση ψηφιακών δίσκων.

Δεν αποτελεί είδηση η πειρατεία cd σε παγκόσμιο επίπεδο, όμως το φαινόμενο τείνει πλέον να λάβει διαστάσεις μάστιγας και στη χώρα μας, θίγοντας όχι μόνο τις εταιρείες δίσκων, αλλά και τους καλλιτέχνες, το δισκογραφικό εμπόριο και ως εκ τούτου τα έσοδα

του Δημοσίου από τους διαφυγόντες φόρους. Είμαστε... πρώτοι σύμφωνα με τα όσα ειπώθηκαν στη χθεσινή συνέντευξη Τύπου, που οργάνωσε η Διεθνής Ένωση Παραγωγών Ηχογραφημάτων (IFPI) σε συνεργασία με τις ελληνικές εταιρείες-μέλη της (και την παρουσία της Νάνας Μούσχουρη και του Ιαν Γκραντ, διευθύνοντας την ομάδα δίωξης πειρατείας της IFPI), η πάταξη της πειρατείας cd στην Ελλάδα είναι μηδαμινή. Η χώρα βρίσκεται στη χειρότερη θέση εντός της Ε.Ε. και στη δέκατη θέση παγκοσμίως καθώς, ήδη στην τελευταία διετία, κι ενώ καταγράφονται επίσημες πωλήσεις εννέα εκατομμυρίων αντιτύπων, οι πωλήσεις παράνομων αντιγραφών έφθασαν σχεδόν τα είκοσι εκατομμύρια. Ο πρόεδρος της EMI Recorded Music, Αλέν Λεβί, αναφέρθηκε στην παγκόσμια αγορά της πειρατείας «η οποία υπολογίζεται σε 4,7 δισ. ευρώ το χρόνο, δηλαδή το ένα τρίτο των νόμιμων. Η τεχνολογική εξέλιξη και η εμφάνιση του cd-r έχει αυξήσει την οργανωμένη πειρατεία όσο και την ιδιωτική». Εξήγησε ότι «είχαμε συνηθίσει να συναντάμε το φαινόμενο σε μέρη όπως η Ασία και η Λατινική Αμερική, αλλά τώρα γίνεται ραγδαία και ευρωπαϊκό πρόβλημα». Έτσι, βλάπτεται ένα μεγάλο τμήμα της ευρωπαϊκής εθνικής κουλτούρας, επομένως και της ελληνικής: «Δυστυχώς, η Ελλάδα αντιμετωπίζει πολύ άσχημα το ζήτημα, με το 50% των συνολικών πωλήσεων να είναι πειρατικό. Άλλες χώρες στην Ευρώπη έχουν καταφέρει να την πατάξουν πολύ πιο αποτελεσματικά, και η Αγγλία, η Γερμανία και η Γαλλία έχουν ποσοστά κάτω του 5%».

Οι επιπτώσεις αυτής της κλοπής επικεντρώνονται, σύμφωνα με τον επικεφαλής της IFPI Greece Ίωνα Σταμπουλή, σε πέντε κατηγορίες: σε νέους καλλιτέχνες στους οποίους «αφαιρείται το ιερό δικαίωμα στην προσπάθεια», στους ενασχολούμενους με την παραγωγή δίσκων (συνθέτες, παραγωγοί, μουσικοί, γραφίστες, φωτογράφοι, σκηνοθέτες, ηχολήπτες), στον κλάδο εργαζομένων στις δισκογραφικές εταιρείες, στο κράτος και στους αγοραστές που «βλέπουν τα στερεοφωνικά τους μηχανήματα να καταστρέφονται από τα χειρίστης ποιότητας πειρατικά cd». Ο κ. Σταμπουλής αντιπαρήλθε επί του θέματος της υψηλής τιμής των δίσκων λέγοντας ότι «τα καθαρά κέρδη κυμαίνονται μεταξύ 5-11% του τζίρου τους, ενώ πολλοί ισολογισμοί είναι ζημιογόνοι».

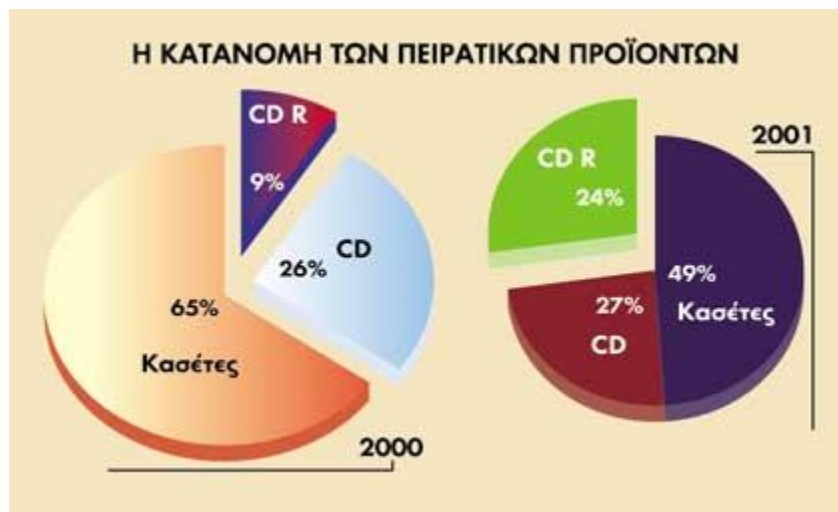
Κι είναι χαρακτηριστικό ότι όλες μαζί οι ελληνικές δισκογραφικές εταιρείες πουλάνε 8 εκατομμύρια νόμιμα cd το χρόνο. Η Ε.Ε.Π.Η. προσφέρει και τα κάτωθι συγκριτικά στοιχεία: το 1999 σε 872 επιχειρήσεις κατασχέθηκαν 316.000 πειρατικά cd, το 2000 σε 1027 επιχειρήσεις 256.000 και το 2001 σε 872 επιχειρήσεις, 475.870 πειρατικά cd.

Η πειρατεία γίνεται πλέον με διάφορους τρόπους: βιομηχανική αναπαραγωγή με διακίνηση από πλανόδιους πωλητές, οικιακή αντιγραφή, δωρεάν «κατέβασμα» μουσικών κομματιών από το διαδίκτυο. Το οργανωμένο έγκλημα έχει αναλάβει αυτό το παράνομο εμπόριο με τεράστια κέρδη. Γι' αυτό, εν προκειμένω, έγκειται στην πρωτοβουλία των ευρωπαϊκών κρατών για την αστυνόμευση, πρόληψη και δίωξη μέσα από αυστηρότερους νόμους. Σ' αυτό το πλαίσιο η Ευρωπαϊκή Επιτροπή και οι εθνικές κυβερνήσεις, υποστήριξε ο κ. Λεβί, «οφείλουν να αναγνωρίσουν ότι η πνευματική ιδιοκτησία είναι πρωταρχικής σημασίας στην καθιέρωση του ευρωπαϊκού πολιτισμού στον κόσμο» κι ακόμη πως «είναι λυπηρό ότι για να αντιμετωπίσουμε την πειρατεία είμαστε υποχρεωμένοι να χρησιμοποιούμε την αμερικάνικη λίστα για χώρες με υψηλά επίπεδα πειρατείας».

Το θέμα της λαθραίας διακίνησης μουσικών έργων είναι λεπτό και πολυσύνθετο. Σ' αυτό το πνεύμα έγινε η συνάντηση του υπουργού Πολιτισμού με τον κ. Λεβί, την κ. Μούσχουρη και τον Μ. Μάτσα. Η δήλωση του κ. Βενιζέλου έχει ως εξής: «Στον αθλητικό νόμο που θα συζητηθεί στη Βουλή τις επόμενες ημέρες, περιλαμβάνονται και διατάξεις του δικαίου της πνευματικής ιδιοκτησίας. Προσαρμοζόμαστε στην τελευταία κοινοτική οδηγία για την κοινωνία της πληροφορίας και εξετάζουμε εάν έχουμε το περιθώριο να προσθέσουμε κι άλλες εφαρμόσιμες στην πράξη διατάξεις, οι οποίες να ανακόπτουν αυτό το εκτεταμένο φαινόμενο. Χρειαζόμαστε όμως τη βοήθεια και του κοινού, όλων των συντελεστών της αγοράς και βέβαια τη βοήθεια της Ελληνικής Δικαιοσύνης, η οποία σηκώνει ένα μεγάλο βάρος για την εφαρμογή αυτών των διατάξεων»<sup>1,5,8</sup>.

### 2.3 ΚΥΚΛΩΜΑΤΑ

Οι παράγοντες της αγοράς και οι αρμόδιες αρχές έχουν συνειδητοποιήσει πλέον ότι δεν έχουν να κάνουν με «ερασιτέχνες» πειρατές αλλά με ανεπτυγμένα κυκλώματα, αρκετά εκ των οποίων έχουν σχέσεις με το οργανωμένο έγκλημα. Για τον λόγο αυτό προσπαθούν να καταπολεμήσουν το φαινόμενο αναζητώντας την πηγή του προβλήματος. Αστυνομικές και τελωνειακές αρχές συνεργάζονται με εκπροσώπους της δισκογραφικής βιομηχανίας, ενώ οι κυβερνήσεις αρκετών κρατών σχεδιάζουν να συμπεριλάβουν στο νομοθετικό πλαίσιο διατάξεις που θα προβλέπουν την παραδειγματική τιμωρία όσων καταπατούν τους νόμους περί πνευματικών δικαιωμάτων. Οι παράγοντες της αγοράς επισημαίνουν ότι η εκστρατεία πάταξης της πειρατείας έχει αρχίσει να αποδίδει καρπούς, αλλά τονίζουν παράλληλα ότι ο δρόμος είναι ακόμη μακρύς. Οι έρευνες των δικωκτικών αρχών έχουν οδηγήσει στην εξάρθρωση αρκετών κυκλωμάτων που «πλημμυρίζουν» την αγορά με πειρατικά cd, αλλά ακόμη το φαινόμενο της πειρατείας εξακολουθεί να «ανθεί», προκαλώντας την «αιμορραγία» των πωλήσεων των δισκογραφικών εταιρειών. Σύμφωνα με στοιχεία που έδωσε αυτή την εβδομάδα στη δημοσιότητα η ένωση δισκογραφικών εταιρειών των ΗΠΑ (RIAA), το πρώτο εξάμηνο του 2002, κατασχέθηκαν 69,9% περισσότερα πειρατικά cd σε σύγκριση με πέρυσι<sup>1,37</sup>.



Ωστόσο, η διακίνηση πειρατικών αντιγράφων σε συνδυασμό με τη διακίνηση μουσικών αρχείων μέσω του διαδικτύου εξακολουθούν να πλήττουν σημαντικά τις πωλήσεις της δισκογραφικής βιομηχανίας, οι οποίες μειώθηκαν κατά 6,7%, το πρώτο εξάμηνο του έτους και διαμορφώθηκαν στα 5,53 δισ. δολ. έναντι 5,93 δισ. δολ. Συνολικά οι παραγγελίες cd μειώθηκαν κατά 10,1% στα 398,1 εκατ. μονάδες. Ανάλογη πορεία ακολουθούν και οι πωλήσεις των δισκογραφικών εταιρειών στην Ευρώπη. Για τον λόγο αυτό έχουν εντατικοποιηθεί οι προσπάθειες των αρχών της Γηραιάς Ηπείρου με στόχο την καταπολέμηση της πειρατείας. Όπως ανακοίνωσε η Κομισιόν, ο αριθμός των πειρατικών cd που κατασχέθηκαν το 2001 πριν περάσουν τα σύνορα της ΕΕ ανέρχεται στα 40 εκατομμύρια μονάδες και είναι αυξημένος κατά 349% σε ετήσια βάση. Οι αξιωματούχοι της Ευρωπαϊκής Επιτροπής εκτιμούν ότι ο τζίρος της πειρατείας cd στην ΕΕ ανέρχεται στο 1 δισ. ευρώ σε ετήσια βάση.

#### **2.4 ΤΖΙΡΟΣ 4,3 ΔΙΣ. ΔΟΛΑΡΙΑ.**

Σύμφωνα με έκθεση της διεθνούς ένωσης δισκογραφικών εταιρειών (IFPI), ο συνολικός τζίρος των «πειρατών της δισκογραφίας» από την πώληση περίπου 1,9 δισ. παράνομων αντιγράφων cd και κασετών σε παγκόσμια βάση διαμορφώθηκε το 2001 στα 4,3 δισ. δολ. Αυτό ουσιαστικά σημαίνει ότι το 40% των cd και των κασετών που πωλήθηκαν το προηγούμενο έτος είναι πειρατικά. Τα πλήγματα, όμως, που επιφέρει η πειρατεία cd δεν περιορίζονται στα διαφυγόντα έσοδα των δισκογραφικών εταιρειών. Η πειρατεία λειτουργεί και ως τροχοπέδη για την ανάπτυξη της οικονομίας αλλά και ως τροφοδότης για την εξάπλωση της παραοικονομίας. Αφενός τα προβλήματα που επιφέρει στις δισκογραφικές εταιρείες τις υποχρεώνει να παγώσουν τις νέες επενδύσεις τους και να περικόψουν το προσωπικό τους. Αφετέρου η «πειρατεία της δισκογραφίας» συνδέεται αρκετές φορές με κυκλώματα του οργανωμένου εγκλήματος, με αποτέλεσμα τα κεφάλαια που αντλούνται από αυτή να διοχετεύονται σε άλλες παράνομες δραστηριότητες<sup>1</sup>.

#### **2.5 ΕΝΝΟΙΑ ΤΗΣ ΠΕΙΡΑΤΕΙΑΣ**

Υπάρχουν πολλοί νομικοί όροι για την περιγραφή της παράνομης αντιγραφής, διάθεσης και γενικά εκμετάλλευσης των μουσικών έργων. Η ουσία όμως είναι μία: η πειρατεία, απλά είναι κλοπή. Οι πειρατές είναι οι εχθροί της δημιουργίας και των δημιουργών.

Η πειρατεία αποσκοπεί στην παράνομη αντιγραφή και διάθεση των μουσικών έργων με μόνο κίνητρο το οικονομικό όφελος. Η μουσική πειρατεία αντιπροσωπεύει μια οργανωμένη μορφή παραοικονομίας με ετήσιο κύκλο εργασιών 4.3 δισεκατομμυρίων δολαρίων και σχετίζεται άμεσα και αποδεδειγμένα με άλλες μορφές οργανωμένου εγκλήματος.

Οι πειρατές κινούνται ευκολότερα σε χώρες που είτε δε διαθέτουν επαρκώς ισχυρή νομοθεσία προστασίας ή όπου η εφαρμογή των νόμων είναι ανεπαρκής. Η παγκοσμιοποίηση της οικονομίας οδήγησε τους πειρατές στην αναζήτηση "παραδείσων" ανεπαρκούς νομοθεσίας ή εφαρμογής της. Η δυνατότητα μαζικής παραγωγής CD μετέτρεψε την πειρατεία από τοπικό πρόβλημα της κάθε χώρας σε ανεπτυγμένο διεθνές εμπόριο.

## 2.6 ΤΥΠΟΙ ΠΕΙΡΑΤΕΙΑΣ

Ο όρος πειρατεία χρησιμοποιείται γενικά για να περιγράψει την ηθελημένη καταπάτηση του Πνευματικού Δικαιώματος σε εμπορική κλίμακα. Σε σχέση με τη μουσική βιομηχανία περιγράφει την παράνομη αντιγραφή και διάθεση μουσικών έργων.

Η διάθεση των έργων αυτών μέσω υλικών φορέων (CD, κασετών ήχου, κλπ) ανάλογα με το περιεχόμενο τους εμπίπτει στις παρακάτω 3 κατηγορίες:

- Πειρατικά - πρόκειται για την αναπαραγωγή πρωτότυπου ηχογραφήματος με σκοπό το κέρδος, χωρίς τη συγκατάθεση του δικαιούχου. Η συσκευασία των πειρατικών αντιτύπων διαφέρει από αυτή των γνήσιων. Συνήθως πρόκειται για συλλογές τραγουδιών ενός καλλιτέχνη ή συγκροτήματος (π.χ. "greatest hits") ή συλλογές με τραγούδια συγκεκριμένου είδους (π.χ. "dance tracks").

- Παραχαραγμένα - πρόκειται για αντίγραφα συσκευασμένα έτσι ώστε να μοιάζουν όσο το δυνατόν περισσότερο με τα γνήσια. Τα λογότυπα και τα εμπορικά σήματα των παραγωγών εταιριών τοποθετούνται στη συσκευασία έτσι ώστε ο αγοραστής να παραπλανάται και να νομίζει ότι αγοράζει το γνήσιο και νόμιμο προϊόν.

- Bootlegs - πρόκειται για παράνομες ηχογραφήσεις ζωντανών εκτελέσεων ή ραδιοτηλεοπτικού ή άλλου προγράμματος. Η ηχογράφηση γίνεται χωρίς τη σχετική άδεια των δικαιούχων.

Η διάθεση των μουσικών έργων μέσω του Internet, ανάλογα με τον τρόπο διάθεσης, εμπίπτει στις παρακάτω 2 κατηγορίες:

- **Downloads** - πρόκειται για τη διάθεση των τραγουδιών υπό μορφή αρχείων ηλεκτρονικού υπολογιστή (π.χ. mp3, wav, κλπ) τα οποία μπορούν να αποθηκευθούν στα κατάλληλα μέσα (σκληρός δίσκος, δισκέτες, κλπ) του υπολογιστή του αποδέκτη, ο οποίος μπορεί να επιλέξει κατόπιν να τα ακούσει οποιαδήποτε στιγμή με τη χρήση του κατάλληλου προγράμματος.
- **Streaming audio** - είναι η διαδικτυακή έκδοση του ραδιοφώνου, όπου ο χρήστης μπορεί να ακούσει τα τραγούδια μόνο όταν είναι συνδεδεμένος στο Internet. Η δυνατότητα αποθήκευσης του τραγουδιού δεν είναι εφικτή. Η ποιότητα του ήχου είναι ηθελημένα μειωμένη ώστε να είναι δυνατή η μεταφορά των κατάλληλων πληροφοριών και η on-line ακρόαση του τραγουδιού<sup>22</sup>.

## 2.7 ΠΕΦΤΟΥΝ ΟΙ ΠΩΛΗΣΕΙΣ CD

Φταίει η πειρατεία ή οι άσχημες συνθήκες - διεθνώς - της αγοράς; Πάντως η ελληνική δισκογραφία μέτρησε ήδη πτώση 12 % στις πωλήσεις cd (το 2001), τη μεγαλύτερη έως σήμερα. Το ότι το 2001 ήταν η χειρότερη χρονιά για την παγκόσμια δισκογραφία, μπορεί να μη μας λέει πολλά. Το ότι μία από τις πολυεθνικές εταιρείες δίσκων, η BMG, ακούγεται ότι θα απολύσει πάνω από 2.500 εργαζομένους, ίσως να μας λέει κάτι περισσότερο. Το υποκατάστημα της εν λόγω εταιρείας στην Ελλάδα να κλείσει. Η μητρική εταιρεία κρίνει ότι δεν είναι συμφέρον να έχει ξεχωριστή μονάδα στα μέρη μας, γι' αυτό και συζητάει ποια από τις υπόλοιπες εταιρείες θα αντιπροσωπεύσει τους καλλιτέχνες της (αφού το ελληνικό τμήμα είχε διαλυθεί από το καλοκαίρι).

Οι «κραδασμοί» στην ελληνική δισκογραφική αγορά είχαν ξεκινήσει από καιρό, οι μετακινήσεις διευθυντών από την μια πολυεθνική εταιρεία στην άλλη δήλωναν την ανησυχία των ξένων για την συνεχιζόμενη κρίση, οι φήμες για την «απορρόφηση» των εν Ελλάδι υποκαταστημάτων, πρώτα της BMG και εσχάτως της Virgin, έκαναν ακόμη πιο δυσοίωνο το μέλλον.

Η διάχυτη αβεβαιότητα για το τι θα συμβεί από 'δω και πέρα, συμπληρώθηκε από τα πενιχρά αποτελέσματα των πωλήσεων την περίοδο 2000-2001. Όπως μας πληροφορεί το ελληνικό τμήμα της IFPI, της Διεθνούς Ένωσης Φωνογραφικών Εταιρειών, το 2001 είχαμε την μεγαλύτερη πτώση σε πωλήσεις που έχει γνωρίσει η ελληνική αγορά. Ήτοι, μείωση περίπου κατά 12% σε τεμάχια και 10,22% σε τζίρο. Στο μεταξύ, μέσα σε επτά μήνες (από τον Ιούνιο του 2000 μέχρι τον Ιανουάριο του 2001) κατασχέθηκαν και εστάλησαν στην πυρά - της χωματελής - 1 εκατ. πειρατικά cd, αριθμός που δημιουργεί σοβαρές υποψίες ότι το φερόμενο ποσοστό πειρατείας στη χώρα μας (50% του συνολικού τζίρου) είναι, επί της ουσίας, πολύ μεγαλύτερο. Πάντως, σύμφωνα με τα «επίσημα» δεδομένα, είμαστε πρώτοι και καλύτεροι σε πειρατεία στην Ευρώπη (ακολουθούν η Ισπανία και η Ιταλία).

Η ελληνική αγορά νοιώθει, λοιπόν, στο πετσί της τα αποτελέσματα μιας τεράστιας κρίσης που είτε λόγω πειρατείας (όπως διατείνεται η IFPI) είτε λόγω των διεθνών συγκυριών - συγχωνεύσεις, Internet, κρίση στο ρεπερτόριο αλλά και, διεθνώς, πτώση των πωλήσεων cd σε ποσοστό 5% - φέρνει τις εν Ελλάδι εταιρείες στη δεινή θέση να περιορίσουν και τον αριθμό αλλά και το είδος των παραγωγών τους, ρίχνοντας όλο τους το βάρος στο λεγόμενο «αναλώσιμο» είδος τραγουδιού.

«Πρακτικά, μπορούμε να πάρουμε λιγότερο ρίσκο», λέει ο νέος πρόεδρος της IFPI Ελλάδος και πρόεδρος της Lyra Πάνος Μαραβέλιας. «Οι παραγωγές μας έχουν μειωθεί δραματικά και είναι και πιο μαζεμένες οικονομικά. Πιο πολύ πλήττονται οι νέοι καλλιτέχνες, αλλά και όσοι βρίσκονται στον λεγόμενο εναλλακτικό χώρο. Δεν συζητάμε, βέβαια, για την κλασική μουσική. Αυτή έχει εξαφανιστεί πλήρως».

Μία άλλη παράμετρος που φαίνεται να επιδεινώνει τα πράγματα, είναι η δημιουργία δισκογραφικών μονάδων από ιδιοκτήτες καναλιών. Οι καλλιτέχνες των εταιρειών αυτών δεν έχουν μόνο την υποστήριξη από τα μέσα των συγκεκριμένων εταιρειών, αλλά και -



το πιο σημαντικό - δωρεάν (!) τηλεοπτική κάλυψη, που μεγιστοποιεί τις πιθανότητες επιτυχίας της δουλειάς τους. Με το ατού της τηλεόρασης στα χέρια τους, οι εταιρείες αυτές έχουν το πλεονέκτημα να κλείνουν τα λεγόμενα «χρυσά ονόματα» με φθηνότερα συμβόλαια.

«Έτσι, αναγκάζονται και οι άλλες εταιρείες να βγάζουν αυτού του τύπου τους καλλιτέχνες, γιατί δεν αντέχουν τον ανταγωνισμό. Πώς αλλιώς θα επιβιώσουμε;», λέει δισκογραφικό στέλεχος. «Τα νέα ονόματα με τις πιθανόν ενδιαφέρουσες προτάσεις τους χρειάζονται χρόνο και χρήμα για να φέρουν πίσω αυτά που επενδύουμε και χρόνος τώρα δεν υπάρχει».

«Δυστυχώς, βρισκόμαστε σε μια εποχή που ενώ ξέρουμε ότι υπάρχει άνοιγμα στις αναζητήσεις του κοινού, είναι η πρώτη φορά που ζούμε σε τόσο έντονες συνθήκες μονοπωλιακής διαχείρισης της πληροφορίας», λέει και ο κ. Μαραβέλιας. «Και να θέλουμε να επικοινωνήσουμε μ' αυτό το εν δυνάμει κοινό, πώς θα γίνει; Άντε να υπάρχει καμιά εφημερίδα να περάσει, ας πούμε, τους Mode Plagal. Αλλά στην τηλεόραση, στο ραδιόφωνο, πού;»<sup>14,18</sup>.

## 2.8 ΣΤΕΝΕΣ ΣΧΕΣΕΙΣ ΠΕΙΡΑΤΩΝ CD ΜΕ ΤΟ ΟΡΓΑΝΩΜΕΝΟ ΕΓΚΛΗΜΑ

Η εξάρθρωση μεγάλων κυκλωμάτων πειρατείας cd από τις διωκτικές αρχές κατά τα τελευταία δύο χρόνια έχει αποδείξει ότι τα μέλη τους διατηρούσαν σχέσεις με το οργανωμένο έγκλημα. Σύμφωνα με στοιχεία που εμπεριέχονται στην έκθεση της IFPI, τον Οκτώβριο του 2001, μετά από έφοδο των αστυνομικών αρχών σε 11 κατοικίες στο Μεξικό συνελήφθη συμμορία που διακινούσε παράνομο δισκογραφικό υλικό και όπως εκτιμάται διοχέτευε τα έσοδά της σε κυκλώματα μαστροπείας και ναρκωτικών. Κατασχέθηκαν ένα εκατομμύριο κενά cd και 500.000 αντιγραμμένα. Τον Μάιο του 2001, στην Ισπανία συνελήφθησαν 68 μέλη κυκλώματος που διακινούσε πειρατικά cd. Το εν λόγω κύκλωμα αναπαρήγαγε cd, εκμεταλλευόμενο μετανάστες από τη Βεγγάλη που είχαν εισέλθει παράνομα στη χώρα. Τον ίδιο μήνα, η αστυνομία στην Ταϊβάν έκανε έφοδο σε ένα εργοστάσιο στο οποίο κατασκευάζονταν πειρατικά αντίγραφα. Κατασχέθηκαν 75.000 cd με μουσικό αλλά και πορνογραφικό υλικό. Όπως αποκαλύφθηκε αργότερα το εργοστάσιο λειτουργούσε ως «βιτρίνα» παράνομης βιομηχανίας όπλων. Όπως αποκαλύπτεται στην έκθεση της IFPI, στοιχεία που έχουν έλθει στην επιφάνεια δείχνουν ότι υπάρχουν και κυκλώματα «πειρατών της δισκογραφίας» που συνδέονται με εξτρεμιστικές και τρομοκρατικές οργανώσεις. Εχουν βρεθεί στοιχεία που συνδέουν κυκλώματα πειρατών στη Λατινική Αμερική με τρομοκράτες στη Μέση Ανατολή, ενώ εκτιμάται ότι εξτρεμιστικές οργανώσεις στην Ιρλανδία χρησιμοποιούν την πειρατεία cd ως πηγή χρηματοδότησης της δράσης τους<sup>37</sup>.

## 2.9 ΔΙΩΞΗ ΚΑΙ ΝΟΜΙΚΟ ΠΛΑΙΣΙΟ

Σαν απάντηση στις ενέργειες των πειρατών και τη βλάβη που προκαλούν στη μουσική οικογένεια, το IFPI σε παγκόσμια κλίμακα, έχει δημιουργήσει μηχανισμούς αντίδρασης. Στηριζόμενοι στις εθνικές νομοθεσίες, το Ευρωπαϊκό Δίκαιο και τις Κοινοτικές Οδηγίες,

τις διακρατικές και διεθνείς συμφωνίες, προσπαθούμε να συνεισφέρουμε στην εφαρμογή των κανόνων δικαίου και στην εξυγίανση της μουσικής αγοράς.

Το τμήμα Δίωξης της πειρατείας του Ελληνικού IFPI ασχολείται με την ενημέρωση του κοινού για το πρόβλημα και τις επιπτώσεις της μουσικής πειρατείας, προσπαθεί να ευαισθητοποιήσει τους πολίτες αλλά και τις αρχές ώστε να βοηθήσουν στην επίτευξη των στόχων μας, παρέχει πληροφορίες αλλά και δέχεται καταγγελίες για παράνομες ενέργειες (' 68.44.444 [info@ifpi.gr](mailto:info@ifpi.gr)) και βοηθάει τις Αστυνομικές και Δικαστικές Αρχές με την παροχή εκθέσεων πραγματογνωμοσύνης και την υποβολή μηνύσεων.

### **Απασχολεί άραγε τις ελληνικές εταιρείες η πειρατεία μέσω internet;**

«Η διαδικτυακή διείσδυση είναι ακόμα χαμηλή εδώ», λέει ο κ. Μαραβέλιας. «Οπωσδήποτε, έχουμε διαρροή και από εκεί, αλλά ακόμη δεν είναι συγκρίσιμα τα μεγέθη με την γνωστή πειρατεία».

### **Τι έκαναν οι εταιρείες για να εκμεταλλευτούν τις δυνατότητες του διαδικτύου;**

«Γενικά, πρέπει να ομολογήσω ότι είμαστε πίσω σ' αυτό. Κανονικά, η κάθε εταιρεία έπρεπε να είχε έναν άνθρωπο να ασχολείται ειδικά με την πώληση έτοιμου προϊόντος. Αλλά δεν έχουμε την πολυτέλεια - δυστυχώς».

### **Υπάρχουν νέοι μέθοδοι που θα υιοθετήσει η ελληνική IFPI για να αντιμετωπίσει την πειρατεία;**

«Προσπαθούμε να πείσουμε την ελληνική πολιτεία να επιβάλει πρόστιμο και στους αγοραστές πλαστών cd. Αυτό συνέβη ήδη στην Ιταλία και αποδείχθηκε πολύ αποτελεσματικό»<sup>9</sup>.

## **2.10 ΟΙ ΕΛΛΗΝΙΚΕΣ ΤΙΜΕΣ**

### **Δεν είναι ακριβά τα ελληνικά cd;**

«Μα τι λέτε!», απαντά ο πρόεδρος της IFPI Πάνος Μαραβέλιας. «Αφού οι τιμές είναι παντού ίδιες στην Ευρώπη. Τα τελευταία χρόνια δε, υπάρχουν πολύ περισσότερες κατηγορίες φθηνότερων cd (budget price, mid price κλπ) στα δισκοπωλεία μας».

### **Οι τιμές είναι ίδιες παντού, το επίπεδο ζωής όμως εδώ είναι πολύ χαμηλότερο...**

«Σε λίγο θα κοστίζει και το σινεμά το ίδιο. Και ο καφές μας. Είναι θέμα πολιτικής βούλησης αυτό. Αφού αποφασίσαμε να ενταχθούμε στην Ενωμένη Ευρώπη, αυτά είναι τα επακόλουθα».

## **Και μείωση παραγωγών**

Σε επίπεδο παραγωγών, αν δούμε τα νούμερα της τελευταίας εξαετίας (από τον ερευνητή της ελληνικής δισκογραφίας Πέτρο Δραγουμάνο), θα διαπιστώσουμε ότι μπορεί ο αριθμός των ελληνικών παραγωγών (σινγκλ και άλμπουμ) να έχει πτωτική τάση, η μείωσή τους όμως αριθμητικά φαίνεται σχετικά μικρή. Το 1995 είχαν παραχθεί 1.057 cd στην ελληνική αγορά και ο αριθμός αυτός κρατήθηκε σε σταθερά επίπεδα έως το 1999 (1.008 παραγωγές). Που έπεσαν στις 938 το 2000 και στις 927 το 2001.

«Τα τελευταία χρόνια», εξηγεί ο Πέτρος Δραγουμάνος, «έχουν αυξηθεί πολύ οι ανεξάρτητες παραγωγές, αλλά και οι ανεξάρτητες εταιρείες δίσκων. Για να καταλάβετε, μέσα στο 2001 είδαμε να γεννιούνται επτά νέες δισκογραφικές εταιρείες (Heaven, E-Terra, Metavision SA, AS International κ.ά.). Η τάση πλέον είναι υπέρ της... ανεξαρτησίας - εταιρειών και καλλιτεχνών. Είναι πολύ πιο εύκολο σήμερα για έναν καλλιτέχνη να βγάλει το δικό του cd και να το δώσει για διανομή στις μεγάλες εταιρείες»<sup>12</sup>.

## **2.11 ΞΕΠΟΥΛΗΣΑΜΕ ΤΟ ΚΛΑΣΙΚΟ**

«Δυστυχώς, εκπαιδεύσαμε το κοινό στην δωρεάν μουσική», λέει ο διευθυντής της Virgin και μουσικός-ραδιοφωνικός παραγωγός Γιάννης Πετρίδης. «Φτάσαμε σε ένα σημείο, στα μέσα της δεκαετίας του '90, να πουλούν οι εταιρείες περισσότερα premiums (δωρεάν cd) από τις νέες παραγωγές. Ξέρετε ποιο είναι στο τοπ λιστ αυτή την εποχή στην Αγγλία; Η Μπάρμπρα Στρέιζαντ. Μάλιστα. Το «Essential Barbra». Σκεφθείτε, τι καλά θα ήταν να βγάzaμε κι εμείς προσεγγμένα άλμπουμ με τα ωραία τους ένθετα, έναν Μπιθικότση, έναν Καζαντζίδη. Σε μια εποχή κρίσης ρεπερτορίου, όπως είναι η εποχή μας, το παλιό, το "κλασικό", είναι η λύση της δισκογραφίας. Έξω το γνωρίζουν. Εδώ το ξεπουλήσαμε σε κάτι φθηνά περιοδικά...».

## **2.12 ΤΑ ΧΑΡΑΚΤΗΡΙΣΤΙΚΑ ΤΩΝ CD. ΔΙΑΧΩΡΙΣΜΟΣ ΠΛΑΣΤΩΝ ΚΑΙ ΓΝΗΣΙΩΝ**

Το εξώφυλλο ενός CD ή μίας κασέτας αποτελεί αναπόσπαστο κομμάτι του συνολικού προϊόντος που αγοράζουμε. Σε κάθε μουσική παραγωγή επιστρατεύεται μία ομάδα που αναλαμβάνει το "οπτικό" καλλιτεχνικό μέρος. Σχεδόν πάντα το εξώφυλλο είναι ολιγοσέλιδο και περιέχει επιπλέον φωτογραφίες των καλλιτεχνών-ερμηνευτών, τους στίχους των τραγουδιών καθώς και αναφορές στους υπόλοιπους συντελεστές της παραγωγής (συνθέτες, στιχουργούς, μουσικούς, κλπ). Ένα απλό φύλλο χαρτιού, τυπωμένο στη μία πλευρά, έστω και με καλή ποιότητα εκτύπωσης είναι σύνηθες φαινόμενο στα πειρατικά προϊόντα<sup>28</sup>.



**Μπροστά σε νόμιμα cd**

### **2.13 ΜΙΑ ΑΠΟΨΗ ΕΝΟΣ ΕΠΩΝΥΜΟΥ**

Τάδε έφη Λουκιανός Κηλαηδόνης σε συνέντευξή του στην «Ε», λίγο μετά μάλιστα τη συνέντευξη Τύπου της Διεθνούς Ένωσης Παραγωγών Ηχογραφημάτων που έκρουσε τον κώδωνα του κινδύνου για την αντιγραφή και διακίνηση πειρατικών cd που στη χώρα μας ξεπερνάει το 50% των συνολικών πωλήσεων, όταν στη Γερμανία λόγω χάριν, το ποσοστό είναι εξαιρετικά χαμηλό, γύρω στο 5%. Όπου υπάρχει λόγος όμως υπάρχει και αντίλογος και ειδικά στο θέμα της πειρατείας των cd, αρκούντως σοβαρός -έστω κι αν αποφύγουμε να ρίξουμε βλέμμα συμπάθειας στους χιλιάδες μετανάστες που με την (παράνομη αναμφισβήτητα) πώληση πειρατικών cd έχουν τη δυνατότητα να ζουν σχετικά αξιοπρεπώς.



**Ακριβό το cd στην Ελλάδα, τόσο σε απόλυτες τιμές όσο και σε σύγκριση με τους μισθούς άλλων χωρών...**

εγχώριο φιλόμουσο καταναλωτή. Με τα συγκεκριμένα δεδομένα, αν κάποιος Γερμανός αποφασίσει να ξοδέψει το 10% του μισθού του σε κάποιο δισκοπωλείο, τότε θ' αγοράσει

Στη Γερμανία λοιπόν, μια κι έγινε λόγος για τη συγκεκριμένη χώρα της Ε.Ε., το τελευταίο cd του Leonard Cohen «Ten New Songs» στοίχιζε 17,09 ευρώ, όταν την ίδια εποχή στην Ελλάδα πωλούνταν 19,66 ευρώ. Άλλο παράδειγμα, αντίστοιχο, αφορά το «δικό» μας Yanni και το δίσκο του, που στη χώρα μας κόστιζε 18,20 ευρώ, ενώ στη Γερμανία 16,87.

Λαμβάνοντας υπόψη μας και το γεγονός ότι ο μέσος μηνιαίος μισθός στη Γερμανία είναι περίπου 1.200 ευρώ όταν στην Ελλάδα είναι 700 ευρώ, καταλαβαίνουμε αυτομάτως ότι υφίσταται πρόβλημα σοβαρό για τον

συνολικά επτά cd. Αν το ίδιο θελήσει και ο Έλληνας, αναγκαστικά θα φύγει από το μαγαζί με τρία μόνο cd ανά χείρας.

Κάπως έτσι εξηγείται λοιπόν και το υψηλό ποσοστό πειρατείας στη χώρα μας. Δεν νομίζω ότι υπάρχει καταναλωτής που να μη γνωρίζει ότι με την αγορά των παράνομων cd, πλήττονται πάνω απ' όλα τα συμφέροντα των ίδιων των καλλιτεχνών που αγαπάει και θαυμάζει. Όμως, επειδή η ηθική εκ των πραγμάτων έπεται όταν υπάρχουν οικονομικά προβλήματα, όλοι, και οι πιτσιρικάδες με το πενιχρό βαλάντιο ακόμα περισσότερο, προτιμούν να αγοράσουν με τα ίδια χρήματα τέσσερα πειρατικά cd (ή και πιο πολλά, αφού ως γνωστόν δεν αποκλείονται τα παζάρια και οι εκπτώσεις) από κάποιο μετανάστη παρά ένα, επίσημο, από τα καταστήματα δίσκων.

Προς επίρρωση των παραπάνω έρχεται και ο Manu Chao να παίζει το ρόλο του συνηγόρου του διαβόλου, λέγοντας χαρακτηριστικά στη συνέντευξή του κατά την τελευταία επίσκεψή του στην Ελλάδα ότι κι αυτός πολλές φορές επιλέγει να αγοράζει cd από πλανόδιους μικροπωλητές.

Δεν αμφισβητώ ότι οι δισκογραφικές έχουν δίκιο στα όσα υποστηρίζουν, υπάρχουν όμως και δεκάδες άλλα πράγματα από πίσω που δεν μπορείς να τα αγνοήσεις. Αν δεν τα αγνοούσαν κι αυτές, όλα θα ήταν καλύτερα...<sup>7</sup>

## 2.14 ΑΠΟΨΕΙΣ ΑΠΛΩΝ ΑΝΘΡΩΠΩΝ

Ένα στελέχος της διοίκησης της EMI εδώ, μιας από τις μεγαλύτερες πολυεθνικές εταιρείες, αναφέρει ότι από τα 4 CD που πωλούνται σήμερα, μόνο το ένα «φεύγει» από δισκάδικο. Τα άλλα είναι παράνομα και πωλούνται κυρίως από μαύρους μετανάστες. Είπαμε ότι με δύο τρόπους μπορεί να σταματήσει η πειρατεία. Πρώτον, με το να συνειδητοποιήσει ο κόσμος ότι πρόκειται για κλοπή και να σταματήσει να αγοράζει απ' αυτούς και δεύτερον, να κλείσουν οι αρχές τα «εργοστάσια», όπου γίνεται η παραγωγή αυτών των πειρατικών CD. Παρακάτω παρατίθενται οι απόψεις αναγνωστών μουσικών περιοδικών.

Κωνσταντίνος Βιδάλης, από την Πάτρα: «Ξεχάσατε να αναφέρετε ότι συντηρείται και ένας μεγάλος αριθμός μεταναστών, κυρίως Αφρικανών, από αυτή τη βιομηχανία. Νομίζω ότι αυτό είναι από τα θετικά της ιστορίας. Το πρόβλημα δεν είναι δικό μας, που αγοράζουμε τα πλαστά CD, αλλά των πολυεθνικών εταιρειών που τα πουλάνε πολύ ακριβά. Πώς θα σας φαινόταν αν μειώναν τις τιμές στο μισό; Είμαι βέβαιος ότι ελάχιστοι τότε θα αγόραζαν πλαστά. Και να πάψει επιτέλους η συνθηματολογία του τύπου "αν αγοράζεις πλαστά CD είναι σαν να κλέβεις". Σιγά, ρε μεγάλε, μη μας δημιουργήσεις και ηθικό πρόβλημα που δεν σου τα σκάμε χοντρά για να κάνεις την πολυεθνική σου μεγαλύτερη και τρανότερη».

Νίκος Δαβός: «Πρέπει οι εταιρείες να ρίξουν τις τιμές των CD σε επίπεδα που να μπορεί να τα αγοράσει ο μουσικόφιλος, όπως ο υπογράφω. Είμαι 40 χρόνων και ακούω μουσική από τα 12 μου χρόνια. Έχω μια αρκετά μεγάλη δισκοθήκη, κυρίως ροκ, μέσα

στην οποία δεν υπάρχει ούτε ένα πειρατικό CD, γιατί πιστεύω ότι ο καλλιτέχνης πρέπει να αμείβεται για τη δουλειά του, ανεξάρτητα αν από την τιμή πώλησης του CD ένα πολύ μικρό μέρος καταλήγει σ' αυτόν. Αρνούμαι να πληρώσω 6 και 7 χιλιάδες δραχμές για έναν δίσκο και όταν μπορώ θα τον αντιγράψω για προσωπική μου χρήση».

Αλέξης Κομσελής, φοιτητής: «Τα πειρατικά CD είναι αναμφίβολα μια πειρατεία και μια δραστηριότητα του ελληνικού υποκόσμου. Όμως, η υπερτιμολόγηση των αυθεντικών και οι μονοπωλιακές οικονομίες στον χώρο, μοιάζουν να ανήκουν και αυτές σε μια "νόμιμη" πειρατεία. Άλλωστε, ένα CD στην Ελλάδα κοστίζει το ίδιο με τη Μ. Βρετανία (π.χ. το Big Calm των Morcheeba κοστίζει ακριβώς το ίδιο στο Amazon.co.uk και στο 7plus7.gr). Όμως, οι μισθοί και η αγοραστική δύναμη του Βρετανού είναι αρκετά μεγαλύτερα από τους αντίστοιχους ελληνικούς δείκτες της αγοράς».

Makki Marseilles (έτσι υπογράφει το e-mail του προς τη στήλη): «Γιατί οι συμπαθέστατοι μαύροι να στερηθούν μια έντιμη και επίπονη δουλειά, από τις λίγες που τους επιτρέπονται; Πώς γίνεται, εφ' όσον οι πειρατές ξοδεύουν τέτοια τεράστια ποσά για μηχανήματα, μεροκάματα, ασφάλεια, λαδώματα και άλλα, να καταφέρνουν να βγάλουν και οι ίδιοι λεφτά; Αλλιώς, δεν θα το έκαναν. Και γιατί οι εταιρείες δεν μπορούν να κάνουν το ίδιο; Δεν ξέρουν αριθμητική;»<sup>10</sup>.

## **2.15 Η ΠΕΙΡΑΤΕΙΑ ΣΤΟ INTERNET**

Μία νέα εποχή πειρατείας μέσω Internet εμφανίζεται απειλητικά και προμηνύει μεγαλύτερα προβλήματα από αυτά που δημιούργησε η πειρατεία των CD.

Η δισκογραφία εισέρχεται ταχύτατα στην εποχή της ψηφιακής διανομής. Οι τεχνολογίες διάθεσης της μουσικής αλλάζουν ριζικά, αποφέροντας τεράστια οφέλη σε παραγωγούς, διανομείς και καταναλωτές. Για να διασφαλιστεί η προστασία της πνευματικής ιδιοκτησίας και στον ψηφιακό κόσμο πρέπει και οι αντίστοιχοι νόμοι να εκσυγχρονιστούν.

Όπως και να 'χει, οι θεμελιώδεις αρχές στις οποίες στηρίζονται οι υπάρχοντες νόμοι, δεν αλλάζουν. Οι σύγχρονοι νόμοι απλά πρέπει να διασφαλίσουν την προστασία των δημιουργών, καλλιτεχνών, παραγωγών και από την ηλεκτρονική πειρατεία. Οι κάτοχοι των πνευματικών δικαιωμάτων πρέπει να είναι σε θέση να χρησιμοποιήσουν τις νέες τεχνολογίες του διαδικτύου για να ελέγξουν τη χρήση των έργων τους<sup>1, 37</sup>.

### **2.15.1 ΠΕΙΡΑΤΕΙΑ ΣΤΟ INTERNET - ΤΟ ΠΡΟΒΛΗΜΑ ΚΑΙ Η ΑΝΤΙΜΕΤΩΠΙΣΗ**

Μέχρι πριν λίγα χρόνια, η πειρατεία στο Internet αποτελούσε ελάχιστη εμπορική απειλή για τη μουσική βιομηχανία. Αυτό άλλαξε λόγω των νέων τρόπων συμπίεσης δεδομένων που ανακαλύφθηκαν και λόγω της αύξησης της διαθέσιμης ταχύτητας μεταφοράς δεδομένων στο Δίκτυο. Η ηλεκτρονική πειρατεία πλέον απειλεί τη βιωσιμότητα του ηλεκτρονικού εμπορίου μουσικής. Το IFPI συντονίζει τις ενέργειες της διεθνούς

δισκογραφίας για προστασία των δικαιωμάτων της με τεχνολογικά μέσα και νομικές ενέργειες<sup>13,26,37</sup>.

### 2.15.2 Η ΦΥΣΗ ΚΑΙ ΤΟ ΜΕΓΕΘΟΣ ΤΗΣ ΗΛΕΚΤΡΟΝΙΚΗΣ ΠΕΙΡΑΤΕΙΑΣ

Ένα από τα σοβαρότερα εμπόδια που καλείται να αντιμετωπίσει η μουσική βιομηχανία στην ανάπτυξη ενός περιβάλλοντος ηλεκτρονικής διανομής μουσικής είναι η "ηλεκτρονική μουσική πειρατεία". Η γνωστότερη μορφή της είναι η συμπίεση των τραγουδιών σε αρχεία μορφής MP3 και η διάθεσή τους μέσω του Internet, χωρίς τη συγκατάθεση των δικαιούχων, δηλαδή χωρίς πληρωμή των δικαιωμάτων εκμετάλλευσης σε αυτούς που επένδυσαν στη δημιουργία αυτών των τραγουδιών. Το "MP3" είναι πλέον η συχνότερη λέξη αναζήτησης στο Διαδίκτυο, παίρνοντας την πρώτη θέση από τη λέξη "sex". Τα περισσότερα αρχεία MP3 διατίθενται από FTP (File Transfer Protocol) servers και από World Wide Web sites. Παράλληλα, μπορούμε να βρούμε τέτοια αρχεία και από επιχειρηματικά intranets, πανεπιστημιακούς κόμβους με υψηλό bandwidth, Internet Relay Chat (IRC) rooms, Mailing lists και Bulletin Boards. Η μεγάλη απήχηση του MP3 οδήγησε τις εταιρίες ηλεκτρονικών στην κατασκευή φορητών MP3 players όπως τα MPMan, Diamond Multimedia's Rio και πολλά άλλα που ακολούθησαν. Οι καταναλωτές πλέον μπορούν να ακούσουν τα αποθηκευμένα μουσικά αρχεία όπου θέλουν, ενώ στο παρελθόν ήταν απαραίτητη η χρήση του υπολογιστή τους. Η χρήση αρχείων MP3 και σε συμβατική μορφή πειρατείας αποτελεί ένα ακόμη πρόβλημα, με τη χρήση CD και CD-R που μπορούν να περιέχουν εκατοντάδες ηχογραφήματων. Αυτά τα CD και CD-R διανέμονται συνήθως με ταχυδρομικές παραγγελίες που πραγματοποιούνται στο Internet. Η μουσική πειρατεία στο Internet είναι ήδη διαδεδομένη. Το IFPI υπολογίζει ότι οποιαδήποτε χρονική στιγμή, πάνω από ένα εκατομμύριο παράνομα αρχεία MP3 είναι διαθέσιμα στο Διαδίκτυο και το πρόβλημα αυξάνεται ραγδαία. Είναι αδύνατο να υπολογιστεί ο αριθμός των τραγουδιών που αποθηκεύονται παράνομα κάθε χρόνο. Η εταιρία Forrester Research υπολόγισε στις αρχές του 1999 ότι πάνω από 3 εκατομμύρια παράνομα αρχεία MP3 αποθηκεύονταν καθημερινά.

Μεγάλης σημασίας είναι η επίδραση της ηλεκτρονικής πειρατείας στην ανάπτυξη ενός νόμιμου περιβάλλοντος ηλεκτρονικής διάθεσης μουσικής μέσω του Internet. Γιατί να πληρώσουν οι καταναλωτές για να "κατεβάσουν" μουσική από το Δίκτυο, όταν μπορούν να βρουν αυτό που θέλουν δωρεάν από τα πειρατικά sites? Είναι προφανής η αρνητική επίδραση του φαινομένου στις τεράστιες επενδύσεις σε νέες τεχνολογίες, τόσο των δισκογραφικών εταιριών, όσο και των εταιριών ηλεκτρονικού εμπορίου. Το IFPI και οι κατά τόπους ενώσεις των δισκογραφικών εταιριών έχουν εντοπίσει παράνομα αρχεία μουσικής σε πάνω από 50 χώρες. Η πλειοψηφία αυτών βρίσκεται, αναπόφευκτα, στις ΗΠΑ όπου ο αριθμός των χρηστών είναι μεγαλύτερος. Πλήθος αρχείων έχουν βρεθεί όμως και στις Σκανδιναβικές χώρες και τον Καναδά, ενώ μεγάλος αριθμός αρχείων βρέθηκε και στην Αυστραλία, Κίνα, Ιαπωνία, Ολλανδία, Ισπανία, κ.α. Η δωρεάν διάθεση αρχείων MP3 στο Internet από πειρατικά sites δεν γίνεται χωρίς όφελος για τους πειρατές. Τα διαφημιστικά banners σε μία ιστοσελίδα αποφέρουν στους ιδιοκτήτες των σελίδων 0.10 δολάρια ανά click. Αυτό μεταφράζεται σε αρκετές δεκάδες έως και εκατοντάδες δολάρια το μήνα για τα sites που είναι γνωστά και δέχονται εκατοντάδες επισκέπτες καθημερινά. Σαν απάντηση, το IFPI, σε συνεργασία και με άλλους

οργανισμούς διαχείρισης δικαιωμάτων, επενδύει στην ανάπτυξη ενός λογισμικού ικανού να ανιχνεύει με αυτοματοποιημένες διαδικασίες το σύνολο του Διαδικτύου και να εντοπίζει τις ιστοσελίδες με παράνομο περιεχόμενο, έτσι ώστε να απαιτείται λιγότερος χρόνος για τον εντοπισμό των πειρατών και να μπορεί το ανθρώπινο δυναμικό του IFPI να ασχοληθεί αποτελεσματικότερα με τις νομικές ενέργειες κατά των παραβατών.

Ένα στα πέντε CD που πωλούνται παγκοσμίως είναι πειρατικό, σύμφωνα με τα στοιχεία της τελευταίας έρευνας της IFPI, εταιρείας που έχει την εποπτεία της παγκόσμιας μουσικής βιομηχανίας. Σε ετήσια βάση τα πειρατικά CD που διοχετεύονται στην αγορά φθάνουν τα 500 εκατ., ενώ, όπως τονίζει η εταιρεία στην ανακοίνωση της περασμένης εβδομάδας, σημαντική είναι πλέον η διείσδυση του οργανωμένου εγκλήματος στη μουσική βιομηχανία. Όπως φαίνεται στην έρευνα της IFPI, μεγάλη πληγή για τη μουσική βιομηχανία αποτελεί πλέον η πειρατεία στο Internet, η ανάπτυξη της οποίας είναι ανησυχητική. Συνολικά εκτιμάται ότι περισσότερα από 25 εκατ. παράνομα μουσικά αρχεία είναι διαθέσιμα στο Internet, ενώ οι ανά τον κόσμο χρήστες «κατεβάζουν» στους υπολογιστές περί το 1 δισ. αρχεία ετησίως. Η μουσική βιομηχανία πάντως έχει ήδη κινήσει τις απαραίτητες διαδικασίες ώστε να προστατεύσει τα προϊόντα της και μόνο πέρυσι απομακρύνθηκαν από το Δίκτυο περίπου 15.000 sites τα οποία φιλοξενούσαν περισσότερα από 3 εκατ. ηλεκτρονικά μουσικά αρχεία. Τα τελευταία δύο χρόνια έχουν παρατηρηθεί αυξημένα κρούσματα μουσικής πειρατείας από την Ασία προς τη Λατινική Αμερική και οι σχετικές έρευνες έχουν οδηγήσει στην κατάσχεση 34 εκατ. CD. Όπως είναι αναμενόμενο, η παγκόσμια μουσική βιομηχανία έχει ήδη οργανώσει την αντεπίθεσή της και αυτή τη στιγμή βρίσκονται σε εξέλιξη περί τις 100 έρευνες παγκοσμίως ώστε να υπάρξει εντοπισμός των κέντρων παρανόμου εμπορίου<sup>13, 37</sup>.

## **2.16 ΔΙΩΞΗ ΤΗΣ ΗΛΕΚΤΡΟΝΙΚΗΣ ΠΕΙΡΑΤΕΙΑΣ**

**Η δίωξη έχει επικεντρωθεί σε τέσσερις ενέργειες:**

- ειδοποιήσεις προς τους παροχείς συνδέσεων (service providers), ζητώντας τους να "κλείσουν" τις παράνομες ιστοσελίδες
- νομικά μέτρα, αστικά και ποινικά, κατά των παροχέων σύνδεσης που αρνούνται να συμμορφωθούν με τις ειδοποιήσεις
- νομικά μέτρα, αστικά και ποινικά, κατά των ιδιοκτητών των σελίδων, στις περιπτώσεις που μπορούν να εντοπιστούν
- νομικά μέτρα κατά των συνεργών των πειρατών, π.χ. όποιων προσφέρουν links προς sites με παράνομα αρχεία, ή κατά των μηχανών ανεύρεσης που παρέχουν τη δυνατότητα εντοπισμού τέτοιων αρχείων.



Λόγω του μεγέθους του προβλήματος, η άσκηση δίωξης κατά όλων των μεμονωμένων ιστοσελίδων είναι πρακτικά αδύνατη. Στην πλειοψηφία των υποθέσεων η μέχρι τώρα πρακτική που ακολουθήσαμε ήταν η ειδοποίηση των παροχέων σύνδεσης. Αυτή η πρακτική αποδείχθηκε πολύ αποτελεσματική, με 95% των ιστοσελίδων να έχουν κλείσει μετά την πρώτη ειδοποίηση. Παρ' όλα αυτά δεν καταφέραμε να περιορίσουμε το πρόβλημα της πειρατείας στο Internet.

### **2.16.1 ΝΟΜΙΚΕΣ ΕΝΕΡΓΕΙΕΣ ΚΑΤΑ ΠΕΙΡΑΤΩΝ ΚΑΙ ΕΤΑΙΡΕΙΩΝ ΥΠΗΡΕΣΙΩΝ INTERNET**

Το IFPI, η RIAA και οι Εθνικές Ενώσεις του IFPI ξεκίνησαν από το 1999 μία μαζική αντιπειρατική εκστρατεία που περιελάμβανε από νομικές ενέργειες κατά ιδιοκτητών ιστοσελίδων με παράνομο περιεχόμενο μέχρι μία παγκόσμια καμπάνια που ξεκίνησε τον Οκτώβριο με ταυτόχρονες ανακοινώσεις Εθνικών Ενώσεων σε πάνω από 20 χώρες. (Action for Legal Music on the Internet and Press Releases, October 26 1999). Δίωξη μπορεί να ασκηθεί όπου αναγνωρίζεται η ταυτότητα του κατόχου της παράνομης ιστοσελίδας και υπάρχει απόδειξη της διάθεσης πειρατικού υλικού στη σελίδα αυτή. Μεγάλος αριθμός υποθέσεων ακολούθησαν τη νομική οδό στη Γαλλία, τη Δημοκρατία της Τσεχίας, τη Δανία, τη Γερμανία, τη Φινλανδία, το Βέλγιο, τη Σουηδία, τις ΗΠΑ, κ.α. Στην Ελλάδα, έχει δημιουργηθεί ειδικό τμήμα που θα ξεκινήσει αντίστοιχες ενέργειες μέσα στο 2001<sup>17, 37</sup>.

### **2.16.2 ΟΙ ΔΙΣΚΟΓΡΑΦΙΚΕΣ ΖΗΤΟΥΝ ΠΑΤΑΞΗ ΤΗΣ ΠΕΙΡΑΤΕΙΑΣ**

Ο πόλεμος για την παράνομη ανταλλαγή μουσικών αρχείων μαίνεται από τη Σίλικον Βάλεϊ μέχρι την Ουάσιγκτον. Επόμενος σταθμός: το κατώφλι των χρηστών του Διαδικτύου.

Μέχρι πριν από μία εβδομάδα οι περίπου 63 εκατ. Αμερικανοί που αφιέρωναν ώρες ολόκληρες προκειμένου να κατεβάσουν μουσικές επιτυχίες από το Internet δεν χρειαζόταν να ανησυχούν και πολύ.

Οι προσπάθειες της δισκογραφικής βιομηχανίας για την πάταξη της πειρατείας εστιάζονταν κυρίως στο κλείσιμο υπηρεσιών όπως η Napster, παρά στην ποινική δίωξη των ατόμων.

Όμως η απόφαση ομοσπονδιακού δικαστηρίου αυξάνει το ρίσκο για τους ολόενα και περισσότερους εφήβους, φοιτητές κολεγίου -ακόμη και τους γονείς τους- που συνδέονται με το Διαδίκτυο για να αποκτήσουν δωρεάν μουσικά αρχεία.

Η απόφαση περιφερειακού δικαστηρίου της Ουάσιγκτον δίνει το δικαίωμα στις εταιρείες ψυχαγωγίας να πληροφορηθούν το όνομα, τη διεύθυνση και τον αριθμό τηλεφώνου ενός ατόμου, στην περίπτωση που έχουν αποδείξεις πως ένας online χρήστης έχει παράνομη πρόσβαση σε αρχεία που προστατεύονται από δικαιώματα πνευματικής ιδιοκτησίας.

Η Verizon Communications, η εταιρεία που βρίσκεται στην παράταξη των «χαμένων»

της δίκης, έχει ασκήσει έφεση, γεγονός το οποίο θα επηρεάσει το χρονικό περιθώριο στις επόμενες κινήσεις της βιομηχανίας ψυχαγωγίας.

Παρ' όλα αυτά, οι δισκογραφικές εταιρείες στρέφονται προς ιδιώτες μέσω μιας σειράς νομικών κινήσεων. Κατόπιν των ανωτέρω, εγείρεται ένα δύσκολο ερώτημα για τις οικογένειες των εφήβων: χρειάζεται να ανησυχούν μήπως η «αστυνομία» του Internet θα συλλάβει το παιδί τους επειδή κατέβαζε τα αγαπημένα του τραγούδια αντί να αγοράσει τα CD;

Εάν ευσταθεί η πρόσφατη δικαστική απόφαση, οι εταιρείες μέσω μαζικής ενημέρωσης θα έχουν ταχεία πρόσβαση στα ονόματα, στις διευθύνσεις και στα τηλέφωνα των Αμερικανών χρηστών Internet μέσω των εταιρειών παροχής online υπηρεσιών (Internet Service Providers). Υπάρχει κίνδυνος περισσότερο αυστηρών συνεπειών από το να λάβει κανείς απλώς μια προειδοποιητική επιστολή.

### **2.16.3 ΚΑΖΑΑ ΚΑΤΑ ΜΕΓΑΛΩΝ ΔΙΣΚΟΓΡΑΦΙΚΩΝ ΚΑΙ ΚΙΝΗΜΑΤΟΓΡΑΦΙΚΩΝ ΕΤΑΙΡΙΩΝ**

Η Sharman Networks, ιδιοκτήτης του Kazaa, διάσημου λογισμικού για ανταλλαγή αρχείων ξεκίνησε μια δικαστική εκδίκαση κατά μεγάλων δισκογραφικών εταιριών και χολιγουντιανών στούντιο υποστηρίζοντας ότι κάνουν κατάχρηση των δικαιωμάτων της πνευματικής ιδιοκτησίας.

Στην αγωγή που κατατέθηκε σε δικαστήριο του Λος Άντζελες η Sharman ισχυρίζεται ότι οι μεγάλες ψυχαγωγικές εταιρίες έχουν συνωμοτήσει ώστε να καταστρέψουν πιθανούς διαδυκτιακούς ανταγωνιστές.

Η αγωγή αυτή είναι η απάντηση της Sharman επειδή ενάχθηκε για υποτιθέμενη συνεισφορά σε μαζικές διαδυκτιακές καταπατήσεις πνευματικών δικαιωμάτων<sup>24</sup>.

### **2.16.4 ΠΕΙΡΑΤΕΣ ΚΑΙ INTERNET ΠΛΗΤΤΟΥΝ ΤΙΣ ΠΩΛΗΣΕΙΣ CD ΣΤΙΣ ΗΠΑ**

Στο φαινόμενο της πειρατείας αλλά και στους δικτυακούς τρόπους που διακινούν δωρεάν μουσικά αρχεία αποδίδει η ένωση δισκογραφικών εταιρειών των ΗΠΑ τη μείωση που παρατηρείται στις πωλήσεις ψηφιακών δίσκων (cd) στην άλλη πλευρά του Ατλαντικού.

Σύμφωνα με στοιχεία που έδωσε χθες στη δημοσιότητα η ένωση, το πρώτο εξάμηνο του 2002, οι πωλήσεις των δισκογραφικών εταιρειών μειώθηκαν κατά 6,7% και διαμορφώθηκαν στα 5,53 δισ. δολ. έναντι 5,93 δισ. δολ. την αντίστοιχη περυσινή περίοδο. Συνολικά οι παραγγελίες cd μειώθηκαν κατά 10,1% στα 398,1 εκατ. μονάδες.

Οι παράγοντες της αγοράς αποδίδουν τη μειωμένη ζήτηση στο φαινόμενο της πειρατείας

το οποίο παρά την εκστρατεία των διωκτικών αρχών ακμάζει. Συνολικά κατά το πρώτο εξάμηνο του 2002 κατασχέθηκαν 69,9% περισσότερα πειρατικά cd σε σύγκριση με πέρυσι. Ωστόσο η διακίνηση πειρατικών αντιγράφων σε συνδυασμό με τη διακίνηση μουσικών αρχείων μέσω του διαδικτύου εξακολουθούν να πλήττουν σημαντικά τις πωλήσεις της δισκογραφικής βιομηχανίας.

Για να επισημάνουν τις αρνητικές επιπτώσεις της online διακίνησης στη δισκογραφική βιομηχανία, οι εκπρόσωποι της RIAA παραπέμπουν σε δημοσκόπηση που έγινε στις ΗΠΑ, που σε σύνολο περίπου 860 ερωτηθέντων οι μισοί απάντησαν ότι από τότε που άρχισαν να κατεβάζουν μουσικά αρχεία από το Internet περιόρισαν τις αγορές cd<sup>2</sup>.

### **2.16.5 NET CAFE ΧΑΝΕΙ ΣΕ ΔΙΑΦΟΡΑ**

Ανώτατο δικαστήριο στο Λονδίνο αποφάσισε πρόσφατα ότι η αλυσίδα ίντερνετ καφέ Easy Internet Cafe είναι ένοχη για καταπάτηση πνευματικών δικαιωμάτων επειδή επέτρεπε τους πελάτες της να «κατεβάζουν» μουσική από το διαδίκτυο και να το αντιγράφουν σε CD με χρέωση .

Η περιεκτική απόφαση τερματίζει την 18 μηνών βεντέτα μεταξύ των μεγαλύτερων δισκογραφικών εταιριών και της δημοφιλούς αλυσίδας Ίντερνετ καφέ που ιδρύθηκε από τον Έλληνα επιχειρηματία Στέλιο Χατζηιωάννου .

Το βρετανικό εμπορικό επιμελητήριο και η βρετανική φωνογραφική βιομηχανία με μέλη δισκογραφικές εταιρίες όπως η Sony Music, η EMI και η Universal Music, ενήγαγαν πέρυσι την αλυσίδα των ίντερνετ καφέ για παραβίαση δικαιωμάτων πνευματικής ιδιοκτησίας<sup>27</sup> .

### **2.16.6 ΝΟΡΒΗΓΙΚΟ ΔΙΚΑΣΤΗΡΙΟ ΕΠΙΒΑΛΕΙ ΠΡΟΣΤΙΜΟ ΣΕ ΦΟΙΤΗΤΗ ΓΙΑ ΜΟΥΣΙΚΗ ΠΕΙΡΑΤΕΙΑ.**

Δικαστήριο του Όσλο έκρινε ένοχο τον 24χρονο Φρανκ Μπρούβικ ο οποίος αντιμετώπιζε την κατηγορία της μουσική πειρατείας.

Κολοσσιαίες εταιρίες παραγωγής όπως η EMI, η BMG SONYmusic είχαν καταθέσει αγωγή κατά του νεαρού νορβηγού ο οποίος είχε δημιουργήσει μια δική του ιστοσελίδα παρόμοια με το Napster.com, μέσω της οποίας βοηθούσε στην ανταλλαγή μουσικών αρχείων κάνοντας χρήση της τεχνολογίας Peer 2 Peer.

Ο νεαρός τώρα καλείται να καταβάλει αποζημίωση ύψους 14χιλαδων δολαρίων στις πέντε εταιρίες παραγωγής μουσικής, ενώ ήδη έχει σταματήσει η ανταλλαγή μουσικής μέσω της προσωπικής του ιστοσελίδας το Napster.no.<sup>19</sup>

## 2.16.7 ΞΕΑΡΣΗ ΤΗΣ ΠΕΙΡΑΤΕΙΑΣ ΤΩΝ DVD

Απ' ότι φαίνεται, η ταινία Lara Croft: Tomb Raider και άλλες που σπάνε ταμεία στην Αμερική, δεν είναι μόνο δημοφιλής στις σκοτεινές αίθουσες αλλά και στο Internet. Σύμφωνα με στοιχεία της εταιρείας Media Force, οι πρώτες ταινίες σε προτιμήσεις των ψηφιακών "πειρατών" εκτός από την Lara Croft, είναι και οι ταινίες Pearl Harbor, Traffic, Shrek, The Maxtrix, Gone in 60 seconds, Hannibal, Gladiator & X-Men.

Δεδομένου ότι η παραπάνω εταιρεία έχει λίστα με περισσότερο από 1.000.000 πειρατικά αντίγραφα, γίνονται μεγαλύτεροι οι φόβοι της MPAΑ (Ένωσης Παραγωγών Κινηματογραφικών Ταινιών της Αμερικής) για έξαρση της πειρατείας σ' αυτό το κομμάτι. Ήδη έχουν γίνει μηνύσεις εναντίον διαφόρων, όπως κατά του Έρικ Κόρλεϊ, ιδιοκτήτη του [www.2600.org](http://www.2600.org) (εφόσον από εκεί παρουσιάστηκε πρώτα ο αλγόριθμος αποκωδικοποίησης του κλειδώματος του DVD, το πασίγνωστο DeCSS) και κατά της Aimster, μιας δικτυακής υπηρεσίας άμεσης ανταλλαγής αρχείων. Έχει επίσης στείλει έμμεσες απειλές στην υπηρεσία Gnutella.

Το περίεργο της όλης υπόθεσης είναι ότι στην λίστα της Media Force, περιλαμβάνονται και ταινίες που δεν έχουν κυκλοφορήσει ακόμα σε DVD αλλά έχουν απλώς παιχτεί στις κινηματογραφικές αίθουσες. Αυτές έχουν αντιγραφεί με την χρήση ψηφιακής βιντεοκάμερας και όχι με την χρήση της τεχνολογίας DeCSS.

Πάντως, ανενεργή μένει η υπηρεσία για την διανομή ταινιών με συνδρομή μέσω Internet, κάτι για το οποίο θα μετανιώσει αργότερα η βιομηχανία θεάματος του Hollywood.<sup>23</sup>

## 2.16.8 ΑΝΤΙΠΕΙΡΑΤΙΚΟΣ "ΠΟΛΕΜΟΣ" ΣΤΑ ΗΛΕΚΤΡΟΝΙΚΑ ΠΑΙΧΝΙΔΙΑ

Η Sega ανακοίνωσε ότι έχει κατορθώσει να "συντρίψει" 60 δικτυακούς τόπους και 125 ιντερνετικές δημοπρασίες που εμπορεύονταν πειρατικά παιχνίδια για την κονσόλα Dreamcast. Απειλεί μάλιστα με μηνύσεις ακόμα και τις εταιρείες φιλοξενίας δικτυακών τόπων και διαδικτυακών δημοπρασιών μέσω των οποίων οι "πειρατές" εμπορεύονται τα αντίγραφα των παιχνιδιών για την κονσόλα της.

Οι ονομαζόμενοι Hackers κατάφεραν να βρουν τρόπο να αντιγράφουν τα παιχνίδια για την κονσόλα Dreamcast και έκτοτε η Sega έχει ξεκινήσει μια έντονη εκστρατεία καταστολής της πειρατείας.

Στην τελευταία ανακοίνωσή της, διευκρίνισε ότι βρίσκεται στο στάδιο των διαπραγματεύσεων με μεγάλους δικτυακούς τόπους δημοπρασιών (Yahoo!, Excite, Lycos, eBay, Amazon), προκειμένου να μην επιτρέψουν στο μέλλον τις δημοπρασίες για τα πειρατικά παιχνίδια και το CD που "ξεκλειδώνει" το Dreamcast (boot disk). Εκπρόσωπος της Sega America δήλωσε ότι η εταιρεία θα στραφεί ακόμα και νομικά εναντίον των εταιρειών που φιλοξενούν δικτυακούς τόπους "πειρατών" των παιχνιδιών και των εταιρειών διεξαγωγής διαδικτυακών δημοπρασιών, στις οποίες πωλούνται τα πειρατικά παιχνίδια. Σύμφωνα με τη Sega, αυτή θα είναι η πρώτη φορά που θα χρησιμοποιηθεί ο νόμος Digital Millennium Copyright Act του 1998 εναντίον εταιρειών

που φιλοξενούν δικτυακούς τόπους και παροχέων πρόσβασης στο Internet, τις υπηρεσίες των οποίων χρησιμοποιούν οι "πειρατές", για να καταπατήσουν τα πνευματικά δικαιώματα της Sega και των δημιουργών των παιχνιδιών. Αξίζει να σημειωθεί, ωστόσο, ότι στο πρώτο στάδιο της δικαστικής διαμάχης της Napster με τη μουσική βιομηχανία, η Napster είχε επικαλεστεί το συγκεκριμένο νόμο, ο οποίος επιτρέπει νομικές εξαιρέσεις σε ό,τι αφορά τα πνευματικά δικαιώματα. Οι εξαιρέσεις αυτές, οι οποίες αποκαλούνται "ασφαλή λιμάνια", διαβαθμίζονται σε τέσσερις κατηγορίες, εκ των οποίων το πρώτο αφορά στις περιπτώσεις εκείνες κατά τις οποίες μία εταιρεία παρέχει μόνο τα μέσα με τα οποία τρίτα πρόσωπα προχωρούν σε παράνομες ενέργειες. Η Napster είχε χάσει τότε τη δίκη<sup>3</sup>.

## 2.17 MICROSOFT ΚΑΙ ΠΕΙΡΑΤΕΙΑ

Σειρά «εργαλείων» λογισμικού σχεδιάζει να παρουσιάσει στην αγορά η Microsoft, τα οποία θα δίδουν τη δυνατότητα στις δισκογραφικές εταιρείες να περιορίζουν την παράνομη αντιγραφή τραγουδιών από CD.



Δύο μεγάλες δισκογραφικές εταιρείες, η Universal Music Group της Vivendi Universal και η EMI Group, ανακοίνωσαν ότι πραγματοποιούν δοκιμές με τεχνολογία της Microsoft για πιθανή χρήση της σε CD δημοφιλών καλλιτεχνών.

Η κίνηση της Microsoft έρχεται να στηρίξει τις προσπάθειες δισκογραφικών εταιρειών και στούντιο να αντιμετωπίσουν την πειρατεία τραγουδιών και κινηματογραφικών ταινιών μέσω του Internet και συσκευών, όπως CD recorders.

Ορισμένες μάλιστα δισκογραφικές εταιρείες έχουν ήδη παρουσιάσει δίσκους CD, που εμποδίζουν την αντιγραφή τραγουδιών.

**Τις προσπάθειες δισκογραφικών εταιρειών να αντιμετωπίσουν την πειρατεία τραγουδιών μέσω του Internet στηρίζει η κίνηση της Microsoft.**

Η τεχνολογία ωστόσο της Microsoft αναμένεται να έχει ευρεία εφαρμογή, καθώς δίδει τη δυνατότητα στις δισκογραφικές εταιρείες να ελέγχουν αποτελεσματικότερα την πειρατεία από χρήστες, επιτρέποντας περιορισμένη αντιγραφή σε ορισμένες περιπτώσεις. Το λογισμικό μπορεί, επίσης, να χρησιμοποιηθεί σε ψηφιακούς δίσκους εικόνας.

Για τους λάτρεις όμως της μουσικής, που έχουν συνηθίσει σε απεριόριστη χρήση CD, η τεχνολογία αυτή σημαίνει ότι θα πρέπει να αλλάξουν τακτική. Το λογισμικό της Microsoft έχει σχεδιαστεί να χρησιμοποιείται μαζί με λογισμικό από άλλες εταιρείες, όπως SunnComm, το οποίο εμποδίζει τα τραγούδια των συνηθισμένων CD να

αντιγράφονται σε PC, ενώ την ίδια στιγμή μπορούν να παίζονται στα στέρεο του σπιτιού ή του αυτοκινήτου.

Το λογισμικό όμως της Microsoft θα δώσει τη δυνατότητα στις δισκογραφικές εταιρείες να προσθέσουν μία δεύτερη ομάδα τραγουδιών και άλλων ψηφιακών αρχείων σε ένα CD, τα οποία οι χρήστες υπολογιστών θα επιτρέπεται να αντιγράψουν.

Η δισκογραφική βιομηχανία είδε τις πωλήσεις CD να υποχωρούν 7% στο πρώτο εξάμηνο του 2002, πτώση που οι εταιρείες του χώρου αποδίδουν στην πειρατεία μέσω του Internet και στην αντιγραφή CD.

Ο Γιώργος Αναγνωστόπουλος έγραψε ένα πολύ ενδιαφέρον άρθρο για πώς θα έρθει το τέλος της Microsoft.

Τα προβλήματα που παρουσιάζει (πως δεν έμεινε άλλο software να κλέψει η Microsoft και πως κανείς δεν αναβαθμίζει) δεν είναι προβλήματα αλλά απλά το πλήρωμα του χρόνου. Κάποια στιγμή η πρόοδος φαινομενικά επιβραδύνεται, αλλά είναι απλά σαν την ησυχία πριν την μπόρα - ή μάλλον πριν το επόμενο επαναστατικό βήμα.

Και δεν το λέω επειδή έχω κάποια απέραντη αγάπη για τη Microsoft, αλλά επειδή είχα πρόσφατα μία σειρά από interviews στη Microsoft για μία θέση στην επίλεκτη ομάδα των planners - αυτών που σχεδιάζουν τις επόμενες εκδόσεις προγραμμάτων. Τα interviews που εξαπλώθηκαν σε μια περίοδο τεσσάρων μηνών ήταν πολύ υψηλού επιπέδου και ήθελαν πολύ προετοιμασία. Έτσι, φρόντισα να μάθω τι κάνουν οι planners για να πάω προετοιμασμένος.

Οι planners, λοιπόν (και στη δική μου περίπτωση οι planners του Office, γιατί περί αυτού ήταν η θέση), είναι μια ομάδα με έναν σε κάθε χώρα (πλην της Αμερικής που έχει παραπάνω) και περίπου 30 στον κόσμο. Δουλειά τους είναι να βλέπουν τα trends στην αγορά και να συνεργάζονται για να σχεδιάσουν τις επόμενες εκδόσεις κάποιου λογισμικού.

Διαβάζουν τα πιο εμπειριστατωμένα reports που έχουν να προσφέρουν οι καλύτεροι οίκοι έρευνας, μιλάνε με τους πελάτες τους, κάνουν έρευνα αγοράς, μιλάνε με τους ανταγωνιστές τους και γενικά ερευνούν το αντικείμενό τους καλύτερα από τον καλύτερο δημοσιογράφο.

Στην προκειμένη περίπτωση του MS Office, για το οποίο προοριζόμουν, οι τύποι έπαιρναν από τις πιο ασήμαντες αποφάσεις (π.χ. αν κάποιο κομμάτι clipart είναι κατάλληλο για κάποια συγκεκριμένη χώρα) μέχρι τις πιο σημαντικές.

Για παράδειγμα αποφασίζουν το πόσο εύκολο θα αφήσουν να είναι το MS Office να αντιγραφεί, αντισταθμίζοντας την απώλεια πολλών δισεκατομμυρίων δολαρίων (βραχυχρόνιος στόχος) για την επίτευξη των στρατηγικών στόχων της εταιρείας (μακροχρόνιος στόχος).

Τι σημαίνει αυτό; Σημαίνει πως όταν βγήκε το Office 95, ήταν αρκετά εύκολο να αντιγραφεί. Αρκεί ο κωδικός ενεργοποίησης που θα έβαζες να ξεκινούσε με "0401...". Η Microsoft το ήξερε και το ήθελε ακριβώς έτσι. Δεν κινήθηκε ποτέ κανέναν καταναλωτή που είχε πειρατικό το Office. Γιατί; Επειδή ήθελε να κάνει το Office τη δημοφιλέστερη σουίτα προγραμμάτων με επεξεργαστή κειμένου, λογιστικά φύλλα κλπ. Έσπερνε τότε για να θερίσει αργότερα.

Μετά, βγήκε το Office 97 και το 2000. Και στα δύο αυτά, η αντιγραφή πάλι ήταν εύκολη. Απλά χρειάζονται έναν 25-ψήφιο κωδικό ενεργοποίησης, τον οποίο μπορούσες να χρησιμοποιήσεις σε όσους υπολογιστές ήθελες. Η μόνη δυσκολία είναι πως έπρεπε να έχεις σημειωμένο αυτό τον κωδικό κάπου. Κατά προτίμηση πάνω στο αντιγραμμένο δισκάκι για να μην τον χάσεις.

Και πρόσφατα, το Office xp. Εδώ η Microsoft άρχισε να σφίγγει τα λουριά. Όπως ξέρουμε όσοι έχουν το αυθεντικό, δεν μπορείς να τρέξεις τα προγράμματα της σουίτας πάνω από 50 φορές αν δεν κάνεις ενεργοποίηση κωδικού online ή δια τηλεφώνου. Στην Ασία, δύο μέρες πριν την επίσημη ημέρα κυκλοφορίας του Office xp, κυκλοφόρησε "σπασμένη" έκδοση που δεν απαιτούσε ενεργοποίηση.

Αλλά, για όσους ψάχνουν για trends δεν είναι σε αυτά που κάνει το Office. Τα applications δεν αλλάζουν πολύ από έκδοση σε έκδοση και σχεδόν καθόλου στην έκδοση xp. Αυτό όμως που άλλαξε είναι η τακτική της Microsoft προς την πειρατεία. Κάνοντας σταδιακά πιο δύσκολη την αντιγραφή, κάνει τους χρήστες να δούνε την αξία του Office και να το αγοράσουν.

Η επόμενη έκδοση του Office θα είναι semi-distributed application, και μια απλή αντιγραφή ενός "σπασμένου" CD δε θα αρκεί για να έχει κάποιος πρόσβαση σε όλες τις λειτουργίες του Office.

Και στην μεθεπόμενη έκδοση δεν θα υπάρχει καν CDάκι για να αντιγράψεις. Όλα θα είναι στο δίκτυο. Θα μπαίνεις στο site της Microsoft και θα τρέχεις εκεί το Word, το Excel και τα άλλα. Εκεί θα είναι τα documents σου, εκεί θα είναι το σύστημά σου και τα αρχεία σου.

Και εντάξει όλα αυτά, καλά τα σενάρια μελλοντολογίας, έτσι; Γιατί δεν τα κάνανε ως τώρα; Δύο λόγοι:

(1) Γιατί ακόμα η τεχνολογική υποδομή δεν υπάρχει για να "τρέχεις" το Word από ένα "dumb terminal". Μόλις οι Network Computers - για τους οποίους ακούμε από το 95 - γίνουν εφικτοί, η Microsoft θα μπει στο παιχνίδι πρώτη αφού έχει αποδεκατίσει τον ανταγωνισμό σε όλα τα μέτωπα.

(2) Επειδή αν η MS αποξένωνε τους χρήστες της με υψηλότερη ασφάλεια, τότε κινδύνευε να χάσει το στρατηγικό πλεονέκτημα του να έχει το δημοφιλέστερο λογισμικό. Υποσημείωση εδώ: Παρατήρησε κανείς πόσο λιγότεροι κακολογούν τη Microsoft από τότε που ο Internet Explorer άρχισε να επικρατεί του Netscape;

Και με τι "βραχυχρόνιο" κόστος όλα αυτά; Τεράστιο. Αρκεί να σας πω για κάθε αυθεντικό Office κυκλοφορούν περίπου 4 πειρατικά στις χώρες όπου μπορεί να γίνει κάποια μετρήσιμη έρευνα (γιατί στο Βιετνάμ ας πούμε, έχουνε σχεδόν 100% πειρατεία).

Με τα Windows μιλάμε για αναλογία πειρατικών προς αυθεντικά 5:1. Αν βάλει κάποιος πιο ρεαλιστικά στατιστικά για να καλύψει και το market elasticity θα έβγαζε περίπου διπλάσιες πωλήσεις για τη Microsoft με μηδαμινό κόστος. Όμως τότε αυτό θα σήμαινε πως το 95% των υπολογιστών δεν θα έτρεχε Windows και το 78% δεν θα έτρεχε Office όπως κάνουν σήμερα.

Και η Microsoft δεν θα ήταν η αδιαφιλονίκητη κυρίαρχος των αγορών της, πράγμα επικίνδυνο για το μέλλον της. Οπότε αυτό που έχει κάνει η Microsoft με την ως τώρα στρατηγική της είναι να εξασφαλίσει το μέλλον της και να βάζει το παρόν σε δεύτερη μοίρα.

Και σύντομα θα αρχίσει να θερίζει, αφού τα Windows και το Office θα είναι πλέον συνδρομητικά. Ήδη, κάποιες εταιρίες έχουν "συνδρομητικές άδειες χρήσης" για τα προγράμματα της Microsoft, όμως βρίσκονται σε πειραματικό στάδιο και τα αποτελέσματα αυτού του business model δεν έχουν ακόμα ανακοινωθεί.

Όμως, υπόσχονται πολλά, αφού αν έχεις συνδρομή με τη Microsoft για όλο σου το σύστημα πολύ δύσκολα θα αλλάξεις παροχέα στην πορεία. Και εκεί ακριβώς ποντάρει η Microsoft...

Τα τυπάκια που σας περιέγραψα στη Microsoft, οι planners, ξέρουν τι κάνουνε. Βρίσκονται έξι χρόνια μπροστά (δύο εκδόσεις του Office και κάτι ψιλά) και απλά περιμένουνε το πλήρωμα του χρόνου.

Το ξέρουνε πως ο κόσμος ο κόσμος δεν ανανεώνει το software του κάθε τρία (πάρα κάτι) χρόνια, όπως θα θέλανε, αλλά κάθε 3 με 4. Το ξέρουνε πως δεν έχουν τίποτα καλό να αντιγράψουνε πλέον και τίποτα καινούριο να βάλουνε.

Και δεν είναι μόνο αυτοί του Office (το οποίο σήμερα αποφέρει το 51% των πωλήσεων της Microsoft), αλλά και άλλοι planners σε άλλες οικογένειες προγραμμάτων της Microsoft που ξέρουνε τι κάνουνε.

Γι αυτό σας λέω, αγοράστε μετοχές Microsoft και αυγατίστε τις για 5-6 χρόνια (μόνο πριν το κάνετε, περιμένετε τον κύκλο της για να ξαναπέσει στα \$55)...<sup>15,16</sup>

## **2.18 ΠΕΡΙΠΤΩΣΕΙΣ ΠΕΙΡΑΤΕΙΑΣ ΚΑΙ ΠΑΤΑΞΗΣ ΤΗΣ**

### **2.18.1 26.000 ΠΛΑΣΤΑ CD**

Περισσότερα από 26.000 πλαστά cd κατασχέθηκαν τις τελευταίες ημέρες σε τρεις επιχειρήσεις της Αστυνομίας στην Αθήνα. Περί τα 8.900 βρέθηκαν σε αποθήκη που διατηρούσαν Νιγηριανοί στην οδό Επιδάμνου 51-53 στα Πατήσια.



Την Κυριακή το βράδυ, ειδικό σώμα της Αστυνομίας έκανε σήμα σε Αφρικανό οδηγό να σταματήσει για τυπικό έλεγχο κι εκείνος εγκατέλειψε το αυτοκίνητο και ετράπη σε φυγή. Στο αυτοκίνητο βρέθηκαν και κατασχέθηκαν τέσσερις κεντρικές μονάδες ηλεκτρονικών υπολογιστών με συνολική δυνατότητα αναπαραγωγής 240 ψηφιακών δίσκων ανά ώρα, συνολικής αξίας περίπου 5.000 ευρώ. Επίσης, βρέθηκαν 3.020 πειρατικά cd, 500 άγραφα και πλήθος εξώφυλλων και ετικετών. Αργότερα συνελήφθη και ο Νιγηριανός οδηγός. Η τρίτη περίπτωση αφορά στον εντοπισμό αποθήκης στην Αγία Βαρβάρα που λειτουργούσε ως κέντρο πώλησης πλαστών cd σε πλανόδιους. Εκεί βρέθηκαν 14.030 πλαστά μουσικά cd και άλλα 1.500 με κινηματογραφικές ταινίες. Η αποθήκη ανήκει σε δύο Έλληνες. Και στις τρεις περιπτώσεις οι κατηγορούμενοι οδηγήθηκαν στον ανακριτή.<sup>29</sup>

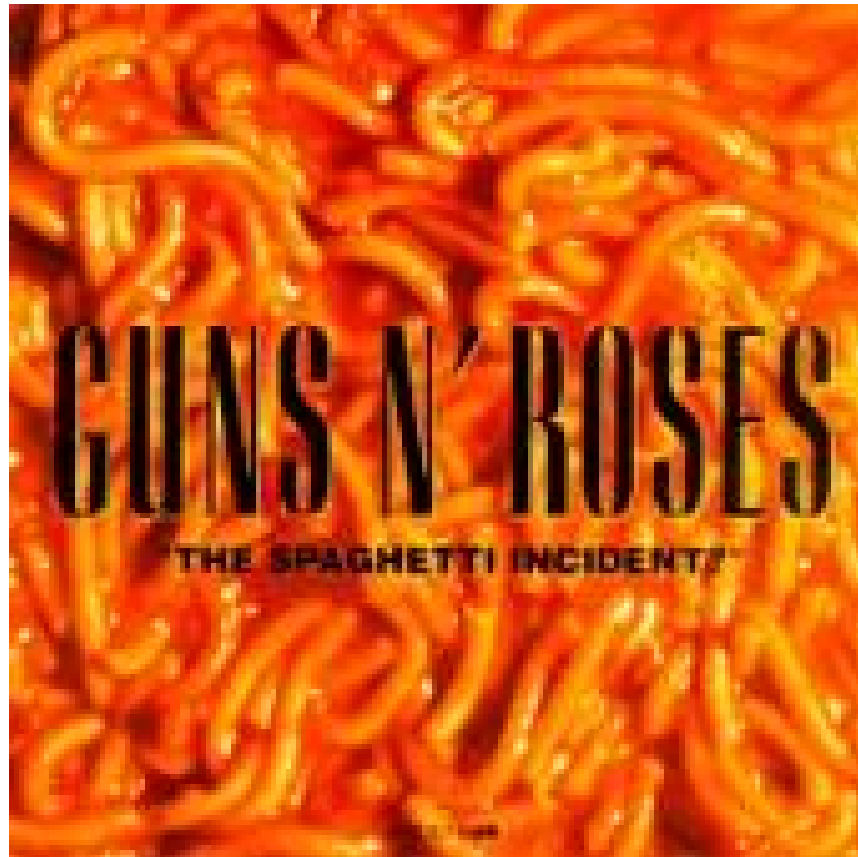
### **2.18.2 ΣΤΗΝ ΠΥΡΑ 400.000 CD ΠΕΙΡΑΤΙΚΑ**

Στην παγκόσμια μέρα μουσικής 21-6-03 η Ένωση Ελλήνων Παραγωγών Ηχογραφημάτων, έριξε το σύνθημα «Ας μην σκοτώνουμε αυτό που αγαπάμε» που εκπροσωπεί τις μεγαλύτερες δισκογραφικές εταιρείες και προέβη σε μια συμβολική και εντυπωσιακή ενέργεια.

Παρουσία τραγουδιστών, μουσικών και μελών της θα κάψει πρωί πρωί στη χωματερή των Άνω Λιοσίων περίπου 400 χιλιάδες πειρατικά cd. «Η πειρατεία ανθεί στη χώρα μας κυρίως γιατί οι πειρατές απευθύνονται σ' ένα κοινό που αγαπάει πολύ τη μουσική, αλλά δεν έχει συνειδητοποιήσει ότι η μουσική θα πάψει να υπάρχει αν όλοι αγοράζουμε πειρατικά», τονίζει σε ανακοίνωσή της η Ένωση Ελλήνων Παραγωγών Ηχογραφημάτων. «Ας προστατέψουμε, λοιπόν, τη μουσική».<sup>11</sup>

---

## **ΚΕΦΑΛΑΙΟ 3<sup>ο</sup>**



**ΑΝΑΛΥΣΗ ΔΕΔΟΜΕΝΩΝ ΚΑΙ**

**ΑΠΟΤΕΛΕΣΜΑΤΑ ΕΡΕΥΝΑΣ**

---

## ΚΕΦΑΛΑΙΟ 3<sup>ο</sup>

### 3.1 ΣΚΟΠΟΣ ΤΗΣ ΕΡΕΥΝΑΣ

Η έρευνα που πραγματοποιήθηκε αφορά στην αγορά πειρατικών προϊόντων που πραγματοποιούν οι φοιτητές του πανεπιστημίου Πειραιώς. Δείγμα αποτέλεσαν όλοι οι φοιτητές καθώς και οι μεταπτυχιακοί. Η συλλογή των στοιχείων έγινε με ερωτηματολόγιο στον κυρίως χώρο του πανεπιστημίου καθώς και στον περίγυρο (καφετέριες) από 03/03/2003 έως 14/03/2003 κατά τις πρωινές έως και τις απογευματινές ώρες. Οι φοιτητές ερωτήθηκαν για τους διάφορους τύπους πειρατείας που έχουν κάνει, τη συχνότητα, τους λόγους, τις διαφορές μεταξύ νόμιμων και παράνομων τους οποίους αντιλαμβάνονται ως κριτήριο αγοράς, το κατά πόσο η αγορά πειρατικών προϊόντων αποτελεί διαδεδομένη πρακτική ή συνήθεια στους οικογενειακούς και φιλικούς κύκλους καθώς και αν αγοράζουν νόμιμα προϊόντα και πόσα. Από την έρευνα προκύπτει η άποψη τους συνολικά για το φαινόμενο της πειρατείας στην Ελλάδα καθώς και για τις επιπτώσεις και τα αποτελέσματα που έχει επιφέρει στο κλάδο της μουσικής βιομηχανίας και στην κοινωνία. Τέλος διαπιστώνεται η έκταση των γνώσεων όσον αφορά στις νομικές συνέπειες. Παρά το γεγονός ότι το internet αποτελεί μεγάλο τμήμα της μουσικής και ηλεκτρονικής πειρατείας, δε συμπεριλήφθηκε στην έννοια της πειρατείας όπως αυτή παρουσιάζεται στο ερωτηματολόγιο της έρευνας, επειδή δεν έχει σημασία από εμπορικής απόψεως, αφού δεν υπάρχει χρηματικό αντίτιμο κατά τη συναλλαγή.

Οι επιλογή των φοιτητών έγινε τυχαία ανεξαρτήτως έτους φοίτησης και φύλου. Λόγω του ότι το ερωτηματολόγιο συμπληρώθηκε επιτόπου και με έλεγχο για τα λεγόμενα των φοιτητών καθώς και με επεξηγήσεις χωρίς επιρροή στη γνώμη τους, θεωρούμε πως υπάρχει υψηλή αντιπροσωπευτικότητα της δειγματοληψίας. Η ανταπόκριση που έδειξαν ήταν μεγάλη και συμπληρώθηκαν 324 ερωτηματολόγια, μέσω των οποίων συλλέχθηκαν οικονομικά, δημογραφικά και ψυχογραφικά στοιχεία από διάφορους τύπους ερωτήσεων. Τα αποτελέσματα της έρευνας αυτής αποτελούν βάση για την περαιτέρω κατανόηση του φαινομένου της πειρατείας. Η κωδικοποίηση και ανάλυση των στοιχείων έγινε με τη χρήση του **προγράμματος SPSS 11**.

Τα αποτελέσματα θα περιλαμβάνουν διάφορα είδη ανάλυσης δεδομένων προκειμένου να καλυφθούν σχεδόν όλες οι πιθανές συσχετίσεις μεταξύ των στοιχείων και θα παρουσιαστούν σε πίνακες. Κάθε πίνακας θα συνοδεύεται με σχόλια, όσον αφορά στα συμπεράσματα, τα οποία θα προκύψουν από αυτόν<sup>30</sup>.

### 3.2 ΔΙΑΔΙΚΑΣΙΑ ΕΡΕΥΝΑΣ

Μετά τη σύνταξη του ερωτηματολογίου και την τελική του μορφοποίηση, ακολούθησε μία δοκιμαστική εφαρμογή (πιλοτικό τεστ), προκειμένου να επιβεβαιωθεί η αποτελεσματικότητα της σύνθεσης των ερωτήσεων έτσι ώστε να προκύψει μια γενική εικόνα αποτελεσμάτων και συμπερασμάτων. Με αυτό το σκεπτικό πραγματοποιήθηκε μια συλλογή της τάξεως των τριάντα συμπληρωμένων ερωτηματολογίων, από την οποία επιβεβαιώθηκε το ορθόν της επιλογής του αρχικού ερωτηματολογίου. Τα αποτελέσματα του πιλοτικού τεστ αποδείχθηκαν λογικά και σωστά διαμοιρασμένα στις επιμέρους κατηγορίες των ερωτήσεων. Διαπιστώθηκε μια εύλογη αναλογία αντρών και γυναικών, καθώς και ένας ικανοποιητικός καταμερισμός στα εισοδήματα. Συνεπώς, εφόσον τα δημογραφικά στοιχεία ως σώμα ήταν σωστά, έμενε το ψυχογραφικό τμήμα της έρευνας. Κατόπιν συμβουλής του επιβλέποντα καθηγητή κ.Μάλλιαρη, αφαιρέθηκαν κάποια στοιχεία από μερικές ερωτήσεις τα οποία έδειξαν να μην οδηγούν σε ξεκάθαρα συμπεράσματα. Έτσι με το πέρας της τροποποίησης του ερωτηματολογίου ξεκίνησε η τελική φάση της έρευνας. Στη συνέχεια ακολούθησε η επίσημη συλλογή ερωτηματολογίων η οποία διήρκησε 2 1/2 εβδομάδες περίπου. Το πλήθος των συμπληρωμένων ερωτηματολογίων έφτασε τα 324, εκ των οποίων τα 130 ήταν γυναίκες και τα 182 άντρες. Υπήρξαν και 12 περιπτώσεις ατόμων, τα οποία δεν αγοράζουν πειρατικά προϊόντα, οι οποίες αντιμετωπίστηκαν ξεχωριστά από τις υπόλοιπες. Ακολούθησε η εισαγωγή των δεδομένων στο πρόγραμμα SPSS 11, όπου και έγινε η κατάλληλη κωδικοποίηση των στοιχείων προκειμένου να εξαχθούν τα αποτελέσματα. Για την τελική μορφή των αποτελεσμάτων πραγματοποιήθηκε μεγάλος αριθμός δοκιμών, προκειμένου να καταλήξουμε στην τελική επιθυμητή μορφή. Υπήρξαν ποικίλες δοκιμές και συνδυασμοί ερωτήσεων με σκοπό την απομόνωση των πλέον κατάλληλων εξ αυτών. Σκοπός αυτής της διαδικασίας ήταν η επιλογή διασταυρώσεων ερωτήσεων και απαντήσεων οι οποίες θα έδιναν όσο το δυνατόν πιο εύλογα, ξεκάθαρα, αδιαμφισβήτητα και τεκμηριωμένα συμπεράσματα. Με το πέρας 4 1/2 εβδομάδων προσεκτικής ανάλυσης προέκυψαν **23** πίνακες, οι οποίοι καλύπτουν τη συντριπτική πλειοψηφία των πιθανών εύλογων συνδυασμών. Κάποιες επιλογές απορρίφθηκαν, διότι θεωρήθηκε πως τα αποτελέσματα τα οποία παρουσίαζαν δεν ήταν ξεκάθαρα και πιθανώς παραπλανητικά ή ακατάλληλα για περαιτέρω ανάλυση. Οι πίνακες, οι οποίοι προέκυψαν από το πρόγραμμα, δε διέθεταν από μόνοι τους μορφή κατάλληλη προς παρουσίαση και γι'αυτό το λόγο τροποποιήθηκαν ως προς την μορφοποίησή τους. Κατόπιν αυτού προέκυψαν τα παρακάτω συμπεράσματα, τα οποία εμφανίζονται σε πίνακες, οι οποίοι διαθέτουν στήλες με τη συχνότητα εμφάνισης των επιμέρους περιπτώσεων, τα αντίστοιχα ποσοστά επί του συνόλου των ερωτηθέντων καθώς και τα αθροιστικά ποσοστά και τις συχνότητες ανά κατηγορία και περίπτωση. Η πλειοψηφία των πινάκων συνοδεύεται από σχόλια, διαγράμματα, ραβδογράμματα και «πίτες», προκειμένου τα αποτελέσματα να καθίστανται κατανοητά με μια γρήγορη ματιά. Μετά από κάθε πίνακα παρατίθενται τα συμπεράσματα, τα οποία αφορούν αποκλειστικά στον συγκεκριμένο πίνακα – συνδυασμό, προκειμένου κάθε περίπτωση να αναλύεται μεμονωμένα. Αφού ολοκληρωθεί η παρουσίαση όλων των πινάκων ξεχωριστά, θα υπάρξει μια σύνοψη των αποτελεσμάτων και σύνθεση των συμπερασμάτων. Στη συνέχεια παρατίθεται το ερωτηματολόγιο, το οποίο χρησιμοποιήθηκε για την έρευνα <sup>30,31,32,33</sup>.

Άνδρας	<input type="checkbox"/>	<b>ΠΑΝΕΠΙΣΤΗΜΙΟ ΠΕΙΡΑΙΩΣ</b> <b>ΤΜΗΜΑ ΟΡΓΑΝΩΣΗΣ ΚΑΙ ΔΙΟΙΚΗΣΗΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΩΝ</b> <b>ΜΒΑ ΜΕΤΑΠΤΥΧΙΑΚΟ ΤΜΗΜΑ</b>
Γυναίκα	<input type="checkbox"/>	
<b>ΕΡΩΤΗΜΑΤΟΛΟΓΙΟ ΕΡΕΥΝΑΣ</b> <b>ΓΙΑ ΤΑ ΠΕΙΡΑΤΙΚΑ ΠΡΟΪΟΝΤΑ ΣΤΗΝ ΕΛΛΑΔΑ</b>		

**1. Πόσες φορές περίπου έχετε χρησιμοποιήσει τους παρακάτω τύπους πειρατείας κατά τον τελευταίο χρόνο;** (μπορείτε να δώσετε στοιχεία για περισσότερους από έναν).

- Αγορά αντιγραμμένου μουσικού CD από διερχόμενο πωλητή  φορές
- Αγορά αντιγραμμένου μουσικού CD από πλανόδιο πωλητή (πάγκο)  φορές
- Αγορά αντιγραμμένου μουσικού CD από μαγαζί  φορές
- Αγορά αντιγραμμένου μουσικού CD από ιδιώτη - γνωστό  φορές
- Αντιγραφή αυθεντικού μουσικού CD  φορές
- Αγορά αντιγραμμένης ταινίας DVD από μαγαζί  φορές
- Αγορά αντιγραμμένης ταινίας DVD από ιδιώτη - γνωστό  φορές
- Αγορά αντιγραμμένου προγράμματος από πλανόδιο πωλητή (πάγκο)  φορές
- Αγορά αντιγραμμένου προγράμματος από μαγαζί  φορές
- Αγορά αντιγραμμένου προγράμματος από ιδιώτη - γνωστό  φορές
- Αγορά αντιγραμμένου παιχνιδιού από πλανόδιο πωλητή (πάγκο)  φορές
- Αγορά αντιγραμμένου παιχνιδιού από μαγαζί  φορές
- Αγορά αντιγραμμένου παιχνιδιού από ιδιώτη - γνωστό  φορές

**2. Πόσες φορές κατά τον τελευταίο χρόνο έχετε αγοράσει τα παρακάτω νόμιμα (αυθεντικά) προϊόντα;**

Μουσικά CD  φορές

Ταινίες DVD  φορές

Προγράμματα  φορές

Παιχνίδια  φορές

**3. Ποιοί από τους παρακάτω λόγους σας οδήγησαν στην απόκτηση πειρατικών προϊόντων;**

Χαμηλότερη τιμή από τα αντίστοιχα αυθεντικά

Με διάθεση συγκεκριμένου χρηματικού ποσού, απόκτηση μεγαλύτερης ποσότητας

Δυνατότητα απόκτησης μόνο των επιθυμητών προϊόντων - αρχείων

Το κάνουν όλοι, γιατί όχι και εγώ

Για να βγάλω λεφτά

Για την δουλειά μου

Για δώρο

Από χόμπυ

Συμπάθεια προς τον πωλητή

Για άλλο λόγο (Γράψτε ποιόν).....

**4. Πόσο συχνά αγοράζετε πειρατικά προϊόντα; (μπορείτε να επιλέξετε παραπάνω από ένα).**

Σπάνια

Εάν τύχει

Όποτε μου ζητηθεί από γνωστό - φίλο

Όταν χρειαστώ κάτι

Συστηματικά

**5. Ποιές από τις παρακάτω διαφορές (αν υπάρχουν) σας επηρεάζουν στην απόφαση αγοράς αυθεντικού ή αντιγραμμένου προϊόντος;**

Τα αντιγραμμένα είναι φθηνότερα

Η ποιότητα γραφής των αντιγραμμένων (μουσικά CD, ταινίες DVD) είναι χαμηλότερη

Τα αντιγραμμένα προϊόντα δε συνοδεύονται από καλό εξώφυλλο ή βιβλιάρaki πληροφοριών

Τα πειρατικά προϊόντα, λόγω κακής ποιότητας "σπασίματος" παρουσιάζουν ασυμβατότητα με διάφορες εφαρμογές

Άλλη διαφορά (Γράψτε ποιá) .....

**6. Ποιές από τις παρακάτω συνέπειες ή αποτελέσματα θεωρείτε ότι έχει επιφέρει η πειρατεία στην Ελλάδα;**

Ανεργία στον κλάδο της μουσικής βιομηχανίας

Πλήγμα στους καλλιτέχνες

Πλήγμα στη μουσική βιομηχανία

Απελευθέρωση ηλεκτρονικού εμπορίου μέσω internet και αντιγραφής CD καθώς και μεγαλύτερη δυνατότητα πρόσβασης

Λήψη αυστηρότερων μέτρων καταπολέμησης από την πολιτεία

Μεγαλύτερες προσφορές από μουσικά καταστήματα

Απεριόριστες επιλογές μουσικών CD, DVD, προγραμμάτων και παιχνιδιών για όλους

Μείωση τιμών στα αυθεντικά CD

Θέσπιση μεγαλύτερων δικλείδων ασφαλείας από τις εταιρείες

Κάτι άλλο (Γράψτε τι).....

**7. Σε τί βαθμό χρησιμοποιεί πειρατικά προϊόντα το άμεσο οικογενειακό (συγγενικό) ή/και φιλικό σας περιβάλλον;**

- Καθόλου
- Μικρό
- Μέτριο
- Μεγάλο
- Πολύ μεγάλο

**8. Γνωρίζετε τις νομικές συνέπειες της πειρατείας;**

- Καθόλου
- Ελάχιστα
- Μερικώς
- Αρκετά
- Πολύ καλά

**9. Τι από τα παρακάτω θεωρείτε πως χαρακτηρίζει τη μουσική και ηλεκτρονική πειρατεία; (Μπορείτε να διαλέξετε περισσότερα από ένα).**

- Η πειρατεία σκοτώνει την μουσική
- Η πειρατεία είναι έγκλημα
- Η πειρατεία είναι δικαιολογημένη
- Η πειρατεία δε μπορεί να περιοριστεί σημαντικά
- Τίποτα από τα παραπάνω



**10. Ποιάς τάξεως είναι το μηνιαίο εισόδημα (μισθός) ή/και το χαρτζιλίκι σας;**

0 έως 30.000 Δρχ

30.000 έως 50.000 Δρχ

50.000 έως 80.000 Δρχ

80.000 έως 100.000 Δρχ

100.000 έως 120.000 Δρχ

120.000 έως 150.000 Δρχ

150.000 έως 180.000 Δρχ

180.000 έως 220.000 Δρχ

άνω των 220.000 Δρχ

### 3.4 ΣΥΝΟΨΗ ΣΥΜΠΕΡΑΣΜΑΤΩΝ ΕΡΕΥΝΑΣ

Λαμβάνοντας υπόψη όλα τα αποτελέσματα καταλήγουμε στα ακόλουθα συμπεράσματα :

- Πειρατικά προϊόντα αγοράζουν περισσότερο οι άντρες. (πίνακας 3.1.)
- Οι αγορές πειρατικών προϊόντων κατά σειρά μεγέθους είναι μουσικά CD, παιχνίδια, προγράμματα, ταινίες DVD. (πίνακας 3.3.)
- Τα αντίστοιχα νόμιμα προϊόντα κατά σειρά μεγέθους είναι μουσικά CD, ταινίες DVD, προγράμματα και παιχνίδια. (πίνακας 3.4.)
- Οι κυριότεροι λόγοι απόκτησης παράνομων προϊόντων είναι η χαμηλότερη τιμή τους, η δυνατότητα απόκτησης μόνο των επιθυμητών προϊόντων – αρχείων και η συμπάθεια προς τον πωλητή. (πίνακας 3.5.)
- Τα πειρατικά προϊόντα αγοράζονται κατά κύριο λόγο σπάνια και εάν τύχει και κατά δεύτερο όταν χρειαστεί κάτι ο αγοραστής. (πίνακας 3.6.)
- Οι κυριότερες διαφορές που επηρεάζουν την αγοραστική απόφαση ανάμεσα σε αυθεντικό ή παράνομο προϊόν είναι το γεγονός ότι τα αντιγραμμένα είναι φθηνότερα, έπειτα ότι τα πειρατικά προϊόντα λόγω κακής ποιότητας «σπασίματος» παρουσιάζουν ασυμβατότητα με διάφορες εφαρμογές και τρίτον ότι τα αντιγραμμένα προϊόντα δε συνοδεύονται από καλό εξώφυλλο ή βιβλιαράκι πληροφοριών (πίνακας 3.7.)
- Οι σημαντικότερες συνέπειες τις οποίες θεωρούν οι φοιτητές ότι έχει επιφέρει η πειρατεία στην Ελλάδα είναι η απελευθέρωση του ηλεκτρονικού εμπορίου μέσω internet και αντιγραφή CD μαζί με μεγαλύτερη δυνατότητα πρόσβασης, οι απεριόριστες επιλογές όλων των προϊόντων και το πλήγμα που έχει υποστεί η μουσική βιομηχανία. (πίνακας 3.8.)
- Το φαινόμενο της πειρατείας είναι διαδεδομένο σε μεγάλο βαθμό στο οικογενειακό και φιλικό περιβάλλον. (πίνακας 3.9.)
- Η πλειοψηφία των αγοραστών πειρατικών προϊόντων διακρίνονται από άγνοια για τις νομικές συνέπειες. (πίνακας 3.10.)
- Οι προσωπικές απόψεις των περισσότερων φοιτητών συγκλίνουν στο ότι η πειρατεία είναι δικαιολογημένη, ότι δεν μπορεί να περιοριστεί σημαντικά, ότι δε σκοτώνει την μουσική και τέλος ότι δεν είναι έγκλημα. (πίνακας 3.11.)

- Σύνθεση νόμιμων – παράνομων για CD, DVD, προγράμματα, παιχνίδια :  
 Μόνο νόμιμα : 0%, 21,15%, 3,20%, 0%  
 Μόνο παράνομα : 29,17%, 7,38%, 30,45%, 41,35%  
 Και τα δύο : 65,06%, 4,81%, 3,85%, 3,53%  
 Καθόλου : 0%, 66,66%, 62,50%, 55,13%  
 (πίνακες 3.14. – 3.17.)

- Η τιμή είναι ο σημαντικότερος λόγος ανεξάρτητα από την συχνότητα αγοράς. (πίνακας 3.18.)
- Αυτοί που πραγματοποιούν τον μεγαλύτερο όγκο αγοράς όλων των παράνομων προϊόντων έχουν λίγη ή καθόλου πληροφόρηση των συνεπειών που ορίζει ο νόμος. (πίνακας 3.19.)
- Δεν παρατηρήθηκε συσχέτιση ανάμεσα στην συχνότητα αγοράς και στο βαθμό χρησιμοποίησης πειρατικών προϊόντων τόσο από το οικογενειακό όσο και από το φιλικό περιβάλλον. (πίνακας 3.20.)
- Το υψηλό ή το χαμηλό εισόδημα δεν αντιστοιχεί σε αντίστοιχα συστηματική ή σπάνια αγορά πειρατικών προϊόντων. (πίνακας 3.21.)
- Η χαμηλή τιμή επηρεάζει στην απόφαση αγοράς όλες τις τάξεις εισοδημάτων. (πίνακας 3.22.)
- Οι περισσότεροι πιστεύουν ότι η πειρατεία είναι δικαιολογημένη και ότι δεν μπορεί να περιοριστεί σημαντικά. Ταυτόχρονα θεωρούν πως τα αποτελέσματα της είναι κατά κύριο λόγο θετικά με παρατηρούμενη έμφαση όσων υιοθετούν περισσότερο την δεύτερη άποψη. (πίνακας 3.23.)

### 3.5 ΠΡΟΒΛΗΜΑΤΑ ΚΑΙ ΠΙΘΑΝΕΣ ΑΔΥΝΑΜΙΕΣ ΤΗΣ ΕΡΕΥΝΑΣ

Το βασικότερο ίσως πρόβλημα είναι πως η υπό έρευνα δραστηριότητα είναι παράνομη, αφού απαγορεύεται ρητά από τον νόμο. Έτσι υπάρχει η αδυναμία συλλογής πραγματικών στοιχείων όσον αφορά τον όγκο αγοράς πειρατικών προϊόντων και αποκάλυψης διαφόρων παραμέτρων που αφορούν σε αυτήν. Η απροθυμία δήλωσης αληθινών στοιχείων σε όλη την έκτασή τους ενδεχομένως να εμφανίστηκε και στους λόγους, οι οποίοι δηλώθηκαν ότι οδήγησαν στην απόκτηση παράνομων προϊόντων καθώς και στην συχνότητα αγοράς. Αυτό έχει ως αποτέλεσμα να εμφανίζονται ελαφρώς παραποιημένα τα αποτελέσματα τόσο της σύνθεσης νόμιμων – πειρατικών προϊόντων, όσο και της συνδυασμένης ανάλυσης των δύο παραπάνω μεταβλητών. Παρόλα αυτά η διαβεβαίωση που δόθηκε προφορικά στους φοιτητές περί εχεμύθειας καθιστά

δυνατή την διατήρηση της κεντρικής τάσης και τα αποτελέσματα των μεταβλητών σε ύψος κοντά στο πραγματικό.

Όσες απαντήσεις των φοιτητών αφορούν σε μεταβλητές οι οποίες φανερώνουν προσωπική άποψη στηρίζονται σε υποκειμενικές εκτιμήσεις και ως εκ τούτου δε μπορούν να εκληφθούν ως απόλυτα αξιόπιστες. Τέτοιου είδους μεταβλητές είναι αυτή που αφορά τις συνέπειες και τα αποτελέσματα της πειρατείας στην Ελλάδα και αυτή που οι φοιτητές καλούνται να χαρακτηρίσουν την πειρατεία ως θετικό ή αρνητικό φαινόμενο. Παρεμφερές πρόβλημα συναντάται και στην ερώτηση για το εισόδημα τους.

Επειδή η πειρατεία εμπεριέχει γνώση και χειρισμό τεχνολογίας η οποία ανανεώνεται συνεχώς είναι περισσότερο πιθανό το φιλικό περιβάλλον να ασκεί μεγαλύτερη επιρροή στην απόφαση αγοράς. Όμως για λόγους αποφυγής μεγάλου όγκου ερωτήσεων τα δύο είδη περιβάλλοντος συμπεριλήφθηκαν σε μία ερώτηση.

Τέλος ένα μεγαλύτερο δείγμα θα αποτελούσε σαφώς μία περισσότερο αξιόπιστη βάση για έρευνα και ανάλυση του φαινομένου.

### **3.6 ΠΡΟΤΑΣΕΙΣ ΓΙΑ ΠΕΡΑΙΤΕΡΩ ΕΡΕΥΝΑ**

Η έρευνα αγοράς για τα πειρατικά προϊόντα θα μπορούσε να επεκταθεί σε φοιτητές και άλλων πανεπιστημίων αλλά και γενικότερα σε όλη την νεολαία. Χρήσιμα αποτελέσματα θα προέκυπταν εάν συμπεριλαμβανόταν και η διάσταση της πειρατείας που γίνεται μέσω του internet και αυτό γιατί αποτελεί μηχανισμό εθισμού των νέων στην έννοια της πειρατείας και πραγματοποιείται από την πλειοψηφία των νέων αφού στις περισσότερες περιπτώσεις δεν απαιτείται χρηματικό αντίτιμο μέσω συναλλαγής. Επιπλέον ο όγκος των πειρατικών προϊόντων που διακινούνται μέσω διαδικτύου είναι κατά πολύ μεγαλύτερος από αυτόν που αποκτάτε μέσω των συμβατικών τρόπων που αναλύθηκαν στην έρευνα. Ο σημαντικότερος λόγος για αυτό είναι η σχετική ευκολία και τεράστια ποικιλία που διατίθεται. Μία άλλη πτυχή του θέματος η οποία θα μπορούσε να διερευνηθεί είναι η γνώση χειρισμού της τεχνολογία κυρίως ώστε να βρεθεί η δυνατότητα περαιτέρω επεξεργασίας των πειρατικών προϊόντων. Η ενεργητική ή παθητική στάση των χρηστών θα μπορούσε να αποκαλύψει διάφορα φαινόμενα έως και αυτό της αναπαραγωγής και μεταπώλησης.

Τα αποτελέσματα της έρευνας μπορούν να αποβούν χρήσιμα σε εταιρείες που ανήκουν στον κλάδο της μουσικής και ηλεκτρονικής βιομηχανίας, σε έντυπα μέσα που ασχολούνται με μουσική, ταινίες, προγράμματα και ηλεκτρονικά παιχνίδια και τέλος σε καταστήματα πώλησης των αντίστοιχων νόμιμων προϊόντων.

Ανδρας	<input type="checkbox"/>	<b>ΠΑΝΕΠΙΣΤΗΜΙΟ ΠΕΙΡΑΙΩΣ</b> <b>ΤΜΗΜΑ ΟΡΓΑΝΩΣΗΣ ΚΑΙ ΔΙΟΙΚΗΣΗΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΩΝ</b> <b>ΜΒΑ ΜΕΤΑΠΤΥΧΙΑΚΟ ΤΜΗΜΑ</b>
Γυναίκα	<input type="checkbox"/>	
<b>ΕΡΩΤΗΜΑΤΟΛΟΓΙΟ ΕΡΕΥΝΑΣ</b> <b>ΓΙΑ ΤΑ ΠΕΙΡΑΤΙΚΑ ΠΡΟΪΟΝΤΑ ΣΤΗΝ ΕΛΛΑΔΑ</b>		

**1. Πόσες φορές περίπου έχετε χρησιμοποιήσει τους παρακάτω τύπους πειρατείας κατά τον τελευταίο χρόνο; (μπορείτε να δώσετε στοιχεία για περισσότερους από έναν).**

- Αγορά αντιγραμμένου μουσικού CD από διερχόμενο πωλητή  φορές
- Αγορά αντιγραμμένου μουσικού CD από πλανόδιο πωλητή (πάγκο)  φορές
- Αγορά αντιγραμμένου μουσικού CD από μαγαζί  φορές
- Αγορά αντιγραμμένου μουσικού CD από ιδιώτη - γνωστό  φορές
- Αντιγραφή αυθεντικού μουσικού CD  φορές
- Αγορά αντιγραμμένης ταινίας DVD από μαγαζί  φορές
- Αγορά αντιγραμμένης ταινίας DVD από ιδιώτη - γνωστό  φορές
- Αγορά αντιγραμμένου προγράμματος από πλανόδιο πωλητή (πάγκο)  φορές
- Αγορά αντιγραμμένου προγράμματος από μαγαζί  φορές
- Αγορά αντιγραμμένου προγράμματος από ιδιώτη - γνωστό  φορές
- Αγορά αντιγραμμένου παιχνιδιού από πλανόδιο πωλητή (πάγκο)  φορές
- Αγορά αντιγραμμένου παιχνιδιού από μαγαζί  φορές
- Αγορά αντιγραμμένου παιχνιδιού από ιδιώτη - γνωστό  φορές

**2. Πόσες φορές κατά τον τελευταίο χρόνο έχετε αγοράσει τα παρακάτω νόμιμα (αυθεντικά) προϊόντα;**

- Μουσικά CD  φορές
- Ταινίες DVD  φορές
- Προγράμματα  φορές
- Παιχνίδια  φορές

**3. Ποιοί από τους παρακάτω λόγους σας οδήγησαν στην απόκτηση πειρατικών προϊόντων;**

- Χαμηλότερη τιμή από τα αντίστοιχα αυθεντικά
- Με διάθεση συγκεκριμένου χρηματικού ποσού, απόκτηση μεγαλύτερης ποσότητας
- Δυνατότητα απόκτησης μόνο των επιθυμητών προϊόντων - αρχείων
- Το κάνουν όλοι, γιατί όχι και εγώ
- Για να βγάλω λεφτά
- Για την δουλειά μου
- Για δώρο
- Από χόμπυ
- Συμπάθεια προς τον πωλητή
- Για άλλο λόγο (Γράψτε ποιόν).....

**4. Πόσο συχνά αγοράζετε πειρατικά προϊόντα; (μπορείτε να επιλέξετε παραπάνω από ένα).**

- Σπάνια
- Εάν τύχει
- Όποτε μου ζητηθεί από γνωστό - φίλο
- Όταν χρειαστώ κάτι
- Συστηματικά

**5. Ποιές από τις παρακάτω διαφορές (αν υπάρχουν) σας επηρεάζουν στην απόφαση αγοράς αυθεντικού ή αντιγραμμένου προϊόντος;**

- Τα αντιγραμμένα είναι φθηνότερα
- Η ποιότητα γραφής των αντιγραμμένων (μουσικά CD, ταινίες DVD) είναι χαμηλότερη
- Τα αντιγραμμένα προϊόντα δε συνοδεύονται από καλό εξώφυλλο ή βιβλιαράκι πληροφοριών
- Τα πειρατικά προϊόντα, λόγω κακής ποιότητας "σπασίματος" παρουσιάζουν ασυμβατότητα με διάφορες εφαρμογές
- Άλλη διαφορά (Γράψτε ποιιά) .....

**6. Ποιές από τις παρακάτω συνέπειες ή αποτελέσματα θεωρείτε ότι έχει επιφέρει η πειρατεία στην Ελλάδα;**

- Ανεργία στον κλάδο της μουσικής βιομηχανίας
- Πλήγμα στους καλλιτέχνες
- Πλήγμα στη μουσική βιομηχανία
- Απελευθέρωση ηλεκτρονικού εμπορίου μέσω internet και αντιγραφής CD καθώς και μεγαλύτερη δυνατότητα πρόσβασης
- Λήψη αυστηρότερων μέτρων καταπολέμησης από την πολιτεία
- Μεγαλύτερες προσφορές από μουσικά καταστήματα
- Απεριόριστες επιλογές μουσικών CD, DVD, προγραμμάτων και παιχνιδιών για όλους
- Μείωση τιμών στα αυθεντικά CD
- Θέσπιση μεγαλύτερων δικλίδων ασφαλείας από τις εταιρείες
- Κάτι άλλο (Γράψτε τι).....

**7. Σε τί βαθμό χρησιμοποιεί πειρατικά προϊόντα το άμεσο οικογενειακό (συγγενικό) ή/και φιλικό σας περιβάλλον;**

- Καθόλου
- Μικρό
- Μέτριο
- Μεγάλο
- Πολύ μεγάλο

**8. Γνωρίζετε τις νομικές συνέπειες της πειρατείας;**

Καθόλου

Ελάχιστα

Μερικώς

Αρκετά

Πολύ καλά

**9. Τι από τα παρακάτω θεωρείτε πως χαρακτηρίζει τη μουσική και ηλεκτρονική πειρατεία; (Μπορείτε να διαλέξετε περισσότερα από ένα).**

Η πειρατεία σκοτώνει την μουσική

Η πειρατεία είναι έγκλημα

Η πειρατεία είναι δικαιολογημένη

Η πειρατεία δε μπορεί να περιοριστεί σημαντικά

Τίποτα από τα παραπάνω

**10. Ποιάς τάξεως είναι το μηνιαίο εισόδημα (μισθός) ή/και το χαρτζιλίκι σας;**

0 έως 30.000 Δρχ

30.000 έως 50.000 Δρχ

50.000 έως 80.000 Δρχ

80.000 έως 100.000 Δρχ

100.000 έως 120.000 Δρχ

120.000 έως 150.000 Δρχ

150.000 έως 180.000 Δρχ

180.000 έως 220.000 Δρχ

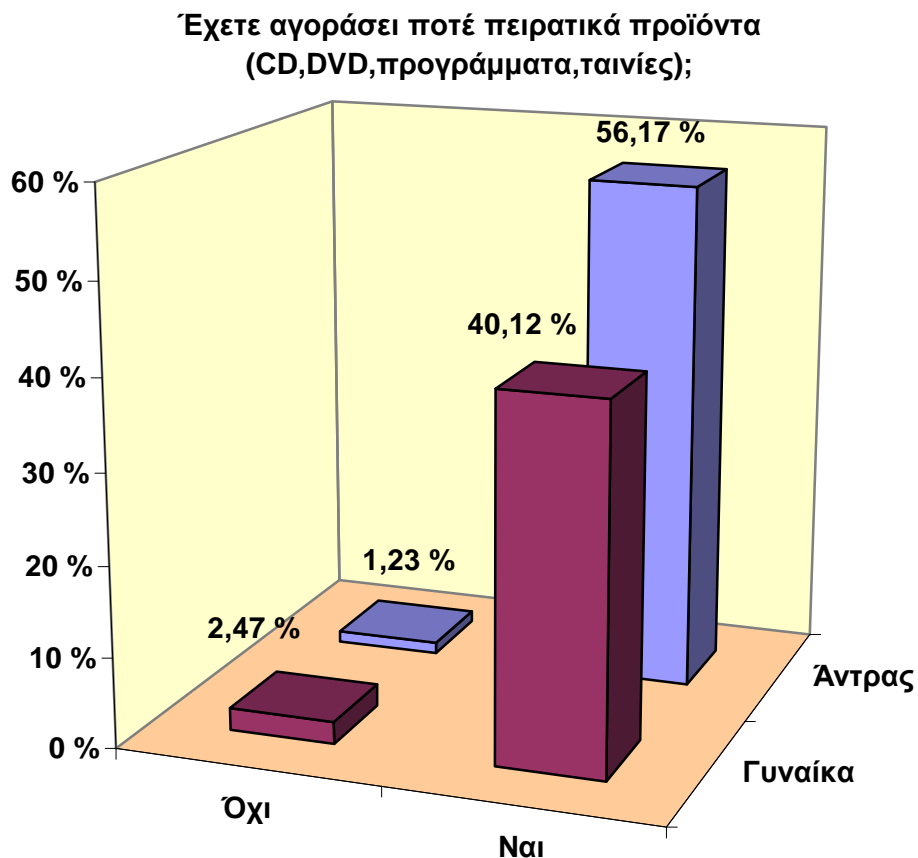
άνω των 220.000 Δρχ

**ΣΑΣ ΕΥΧΑΡΙΣΤΟΥΜΕ ΠΟΛΥ ΓΙΑ ΤΟΝ ΧΡΟΝΟ ΣΑΣ**

Πίνακας 3.1.

Φύλο ερωτώμενου	Έχετε αγοράσει ποτέ πειρατικά προϊόντα (CD,DVD,προγράμματα,ταινίες);		Συνολικά
	Όχι	Ναι	
Άντρας	4	182	186
	1,23 %	56,17 %	57,41 %
Γυναίκα	8	130	138
	2,47 %	40,12 %	42,59 %
Συνολικά	12	312	324
	3,70 %	96,30 %	100,00 %

Από τους 324 ερωτηθέντες οι 312 δήλωσαν ότι έχουν αγοράσει διάφορα πειρατικά προϊόντα και χωρίζονται σε 182 άντρες και 130 γυναίκες. Αντίθετα 12 φοιτητές απάντησαν αρνητικά.

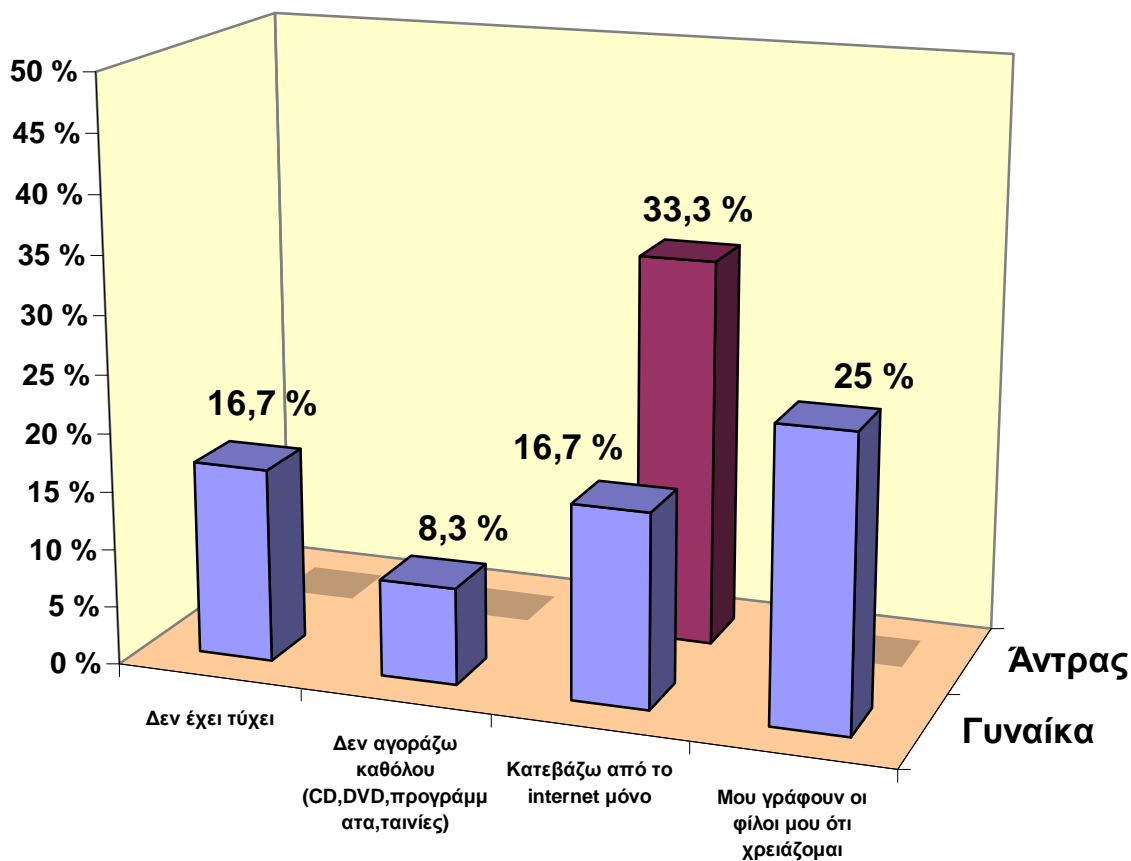




Πίνακας 3.2.

Έχετε αγοράσει ποτέ πειρατικά προϊόντα (CD,DVD,προγράμματα,ταινίες);	Φύλο ερωτούμενου	Για ποιο λόγο δεν αγοράζεται πειρατικά προϊόντα;	Συχνότητα	Ποσοστό
Όχι	Άντρας	Κατεβάζω από το internet μόνο	4	33,3 %
		<b>Συνολικά</b>	<b>4</b>	<b>33,3 %</b>
	Γυναίκα	Δεν έχει τύχει	2	16,7 %
		Δεν αγοράζω καθόλου (CD,DVD,προγράμματα,ταινίες)	1	8,3 %
		Κατεβάζω από το internet μόνο	2	16,7 %
		Μου γράφουν οι φίλοι μου ότι χρειάζομαι	3	25,0 %
	<b>Συνολικά</b>	<b>8</b>	<b>66,7 %</b>	
	<b>Συνολικά</b>		<b>12</b>	<b>100,0 %</b>

Ο σημαντικότερος λόγος μη αγοράς πειρατικών προϊόντων είναι η συλλογή αρχείων από το διαδίκτυο (internet) στην οποία δεν υπάρχει χρηματικό αντίτιμο, πέραν του αντιτίμου της τηλεφωνικής κλήσης ύψους αστικής μονάδας, παρά το γεγονός ότι αποτελεί το πλέον διαδεδομένο είδος πειρατείας.



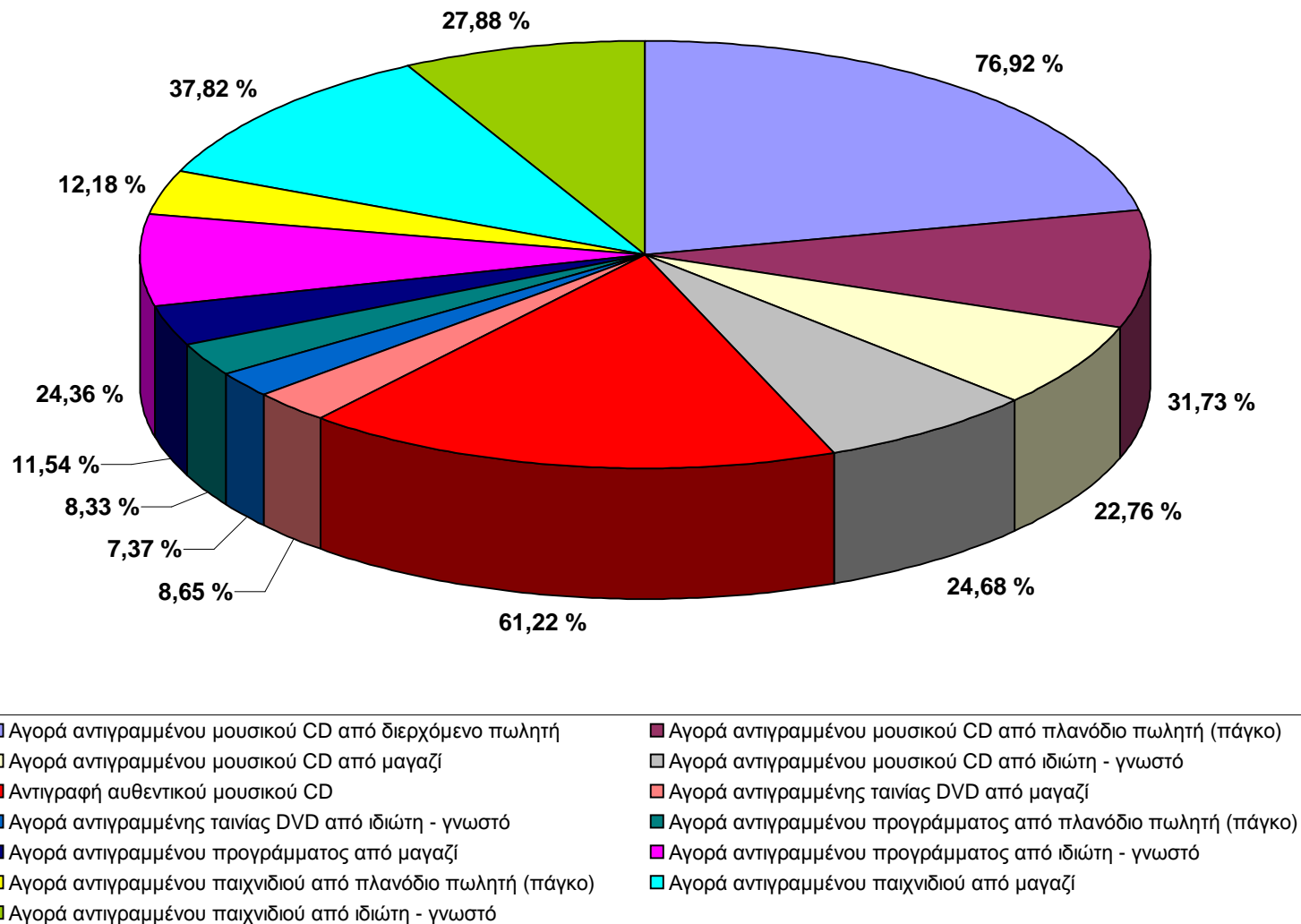
Πίνακας 3.3.

Φύλο ερωτούμενου	Πόσες φορές περίπου έχετε χρησιμοποιήσει τους παρακάτω τύπους πειρατείας κατά τον τελευταίο χρόνο;													Συχνότητα	
	Αγορά αντιγραμμένου μουσικού CD από διερχόμενο πωλητή	Αγορά αντιγραμμένου μουσικού CD από πλανόδιο πωλητή (πάγκο)	Αγορά αντιγραμμένου μουσικού CD από μαγαζί	Αγορά αντιγραμμένου μουσικού CD από ιδιώτη - γνωστό	Αντιγραφή αυθεντικού μουσικού CD	Αγορά αντιγραμμένης ταινίας DVD από μαγαζί	Αγορά αντιγραμμένης ταινίας DVD από ιδιώτη - γνωστό	Αγορά αντιγραμμένου προγράμματος από πλανόδιο πωλητή (πάγκο)	Αγορά αντιγραμμένου προγράμματος από μαγαζί	Αγορά αντιγραμμένου προγράμματος από ιδιώτη - γνωστό	Αγορά αντιγραμμένου παιχνιδιού από πλανόδιο πωλητή (πάγκο)	Αγορά αντιγραμμένου παιχνιδιού από μαγαζί	Αγορά αντιγραμμένου παιχνιδιού από ιδιώτη - γνωστό		
Άντρες	0 έως 10	10 έως 20	-	0 έως 10	30 έως 50	0 έως 10	-	-	-	-	-	-	-	15	
	0 έως 10	20 έως 30	-	0 έως 10	30 έως 50	-	-	-	-	-	-	0 έως 10	0 έως 10	10	
	0 έως 10	-	0 έως 10	-	0 έως 10	-	-	-	-	-	10 έως 20	0 έως 10	0 έως 10	9	
	0 έως 10	-	0 έως 10	-	-	-	-	-	-	-	10 έως 20	0 έως 10	0 έως 10	7	
	0 έως 10	-	10 έως 20	-	80 έως 100	-	-	-	-	10 έως 20	10 έως 20	-	20 έως 30	14	
	0 έως 10	-	-	-	100 έως 150	-	-	-	-	-	-	-	-	13	
	0 έως 10	-	-	-	20 έως 30	-	-	-	-	0 έως 10	-	-	-	12	
	10 έως 20	0 έως 10	-	-	-	-	-	-	-	-	-	0 έως 10	20 έως 30	16	
	10 έως 20	-	20 έως 30	10 έως 20	Περισσότερα από 500	-	-	-	-	-	-	10 έως 20	-	17	
	10 έως 20	-	-	-	10 έως 20	-	-	-	-	-	-	10 έως 20	-	12	
	-	0 έως 10	-	-	10 έως 20	-	0 έως 10	-	0 έως 10	30 έως 50	-	0 έως 10	10 έως 20	11	
	-	10 έως 20	-	-	50 έως 80	-	-	-	-	-	10 έως 20	-	0 έως 10	8	
	-	50 έως 80	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	15	
	-	-	-	-	100 έως 150	-	-	-	-	0 έως 10	0 έως 10	-	0 έως 10	10 έως 20	12
-	-	-	10 έως 20	-	-	-	-	-	-	-	0 έως 10	-	11		
	40,06 %	24,04 %	15,06 %	16,99 %	42,63 %	4,81 %	3,53 %	0,00 %	7,37 %	15,71 %	12,18 %	33,65 %	27,88 %		
	58,33 %				8,33 %				15,71 %				44,55 %		
														182	
Γυναίκα	0 έως 10	0 έως 10	0 έως 10	0 έως 10	-	-	-	-	-	-	-	-	-	15	
	0 έως 10	-	0 έως 10	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	9	
	0 έως 10	-	-	-	0 έως 10	-	-	0 έως 10	-	-	-	-	-	14	
	0 έως 10	-	-	-	100 έως 150	-	-	-	-	0 έως 10	-	-	-	15	
	0 έως 10	-	-	-	150 έως 250	0 έως 10	0 έως 10	0 έως 10	-	0 έως 10	-	-	-	12	
	0 έως 10	-	-	-	-	-	-	-	0 έως 10	-	-	0 έως 10	-	13	
	10 έως 20	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	26	
	20 έως 30	-	-	-	100 έως 150	-	-	-	-	-	-	-	-	11	
	-	0 έως 10	-	10 έως 20	-	-	-	-	-	-	-	-	-	9	
	-	-	-	-	100 έως 150	-	-	-	-	-	-	-	-	6	
	36,86 %	7,69 %	7,69 %	7,69 %	18,59 %	3,85 %	3,85 %	8,33 %	4,17 %	8,65 %	0,00 %	4,17 %	0,00 %		
	41,67 %				3,85 %				17,31 %				4,17 %		
														130	
	76,92 %	31,73 %	22,76 %	24,68 %	61,22 %	8,65 %	7,37 %	8,33 %	11,54 %	24,36 %	12,18 %	37,82 %	27,88 %		
	100,00 %				12,18 %				33,01 %				48,72 %		
														312	

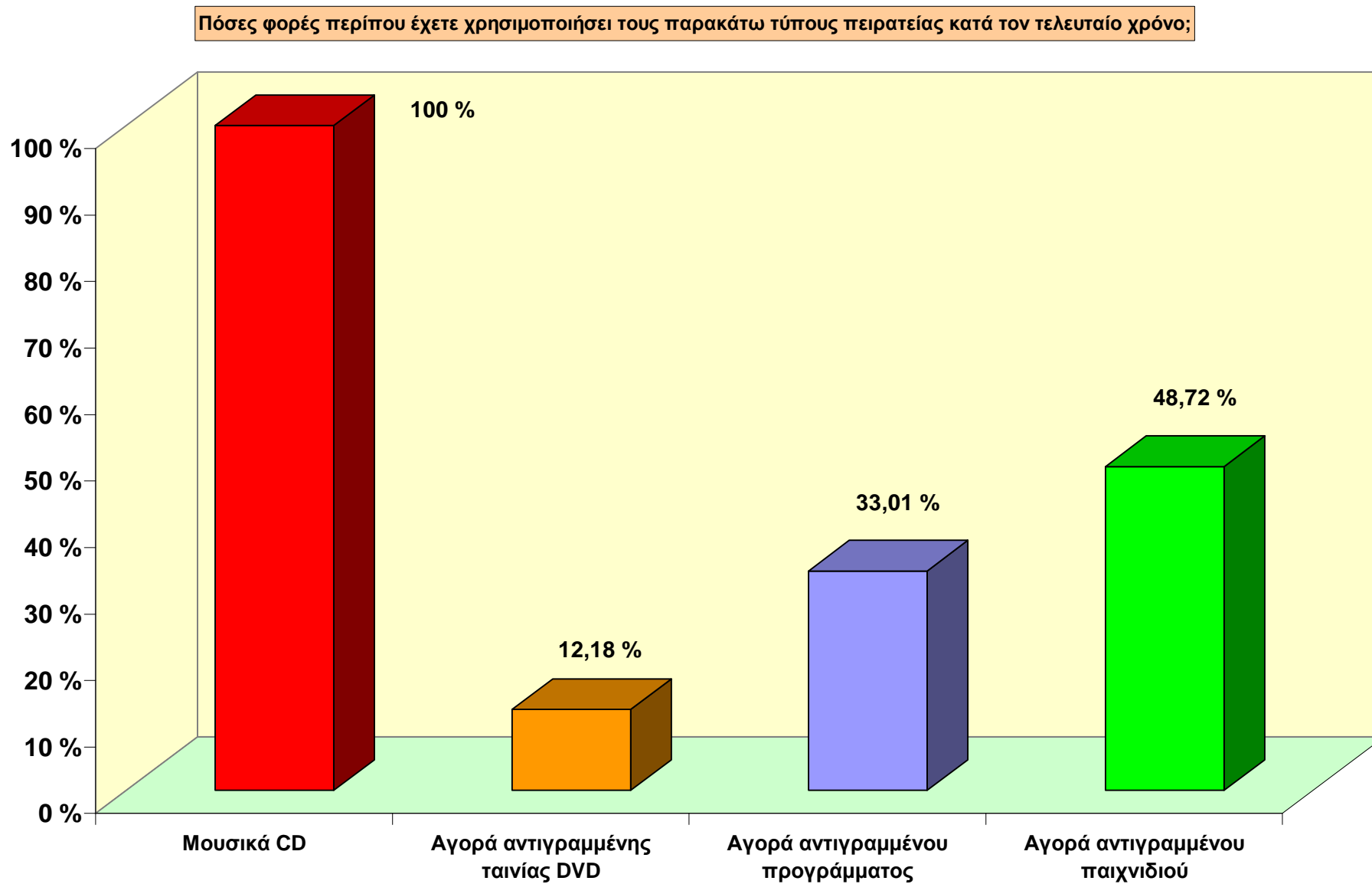
Όπως φαίνεται από τον πίνακα 3.3. οι πιο σημαντικές αγορές πειρατικών προϊόντων για τους άντρες είναι τα μουσικά CD (58,33%) και τα παιχνίδια (44,55%). Τα πρώτα κυρίως αντιγράφονται (42,63%) και κατόπιν αγοράζονται από διερχόμενους πωλητές, ενώ τα δεύτερα αγοράζονται κυρίως από καταστήματα, τα οποία αντιγράφουν τα αυθεντικά. Η αγορά παράνομων ταινιών DVD πραγματοποιείται τόσο σε τέτοιου τύπου μαγαζιά όσο και από ιδιώτες γνωστούς. Από αυτούς αγοράζονται και τα περισσότερα παράνομα προγράμματα. Οι γυναίκες πέραν των μουσικών CD (41,67%) αγοράζουν περισσότερο παράνομα προγράμματα (17,31%), συνήθως από πλανόδιους πωλητές και από γνωστούς. Η πλειοψηφία των μουσικών CD διακινείται από διερχόμενους πωλητές (36,86%). Εν γένει η μεγαλύτερη αγορά πειρατικών προϊόντων είναι τα μουσικά CD (100%), τα οποία αποκτώνται κυρίως από διερχόμενους πωλητές και μέσω αντιγραφής. Δεύτερη κατηγορία είναι τα παιχνίδια (48,72%) τα οποία αγοράζονται από καταστήματα (37,82%) και τρίτη τα προγράμματα (33,01%).

Πίνακας 3.3.

Πόσες φορές περίπου έχετε χρησιμοποιήσει τους παρακάτω τύπους πειρατείας κατά τον τελευταίο χρόνο;



Πίνακας 3.3.

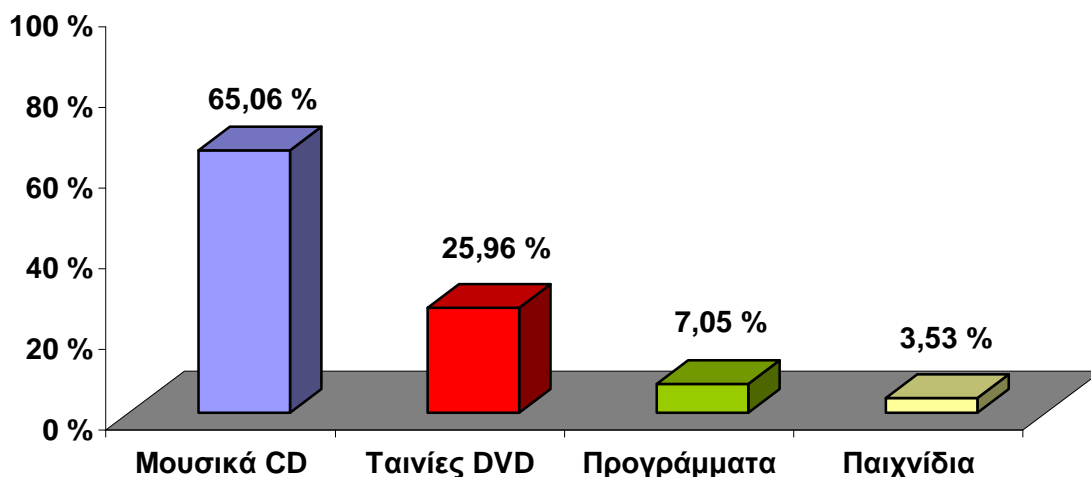


Πίνακας 3.4.

Φύλο ερωτούμενου	Πόσες φορές κατά τον τελευταίο χρόνο έχετε αγοράσει τα παρακάτω νόμιμα (αυθεντικά) προϊόντα;				Συχνότητα
	Μουσικά CD	Ταινίες DVD	Προγράμματα	Παιχνίδια	
Αντρες	-	-	-	-	39
	-	1 έως 3	-	-	14
	-	9 έως 12	3 έως 6	-	12
	15 έως 20	-	-	-	15
	3 έως 6	-	-	-	41
	3 έως 6	-	-	1 έως 3	11
	3 έως 6	3 έως 6	-	-	15
	6 έως 9	1 έως 3	-	-	17
	6 έως 9	1 έως 3	6 έως 9	-	10
	9 έως 12	-	-	-	8
	<b>37,50 %</b>	<b>21,79 %</b>	<b>7,05 %</b>	<b>3,53 %</b>	
					<b>182</b>
Γυναίκα	-	-	-	-	44
	1 έως 3	-	-	-	23
	1 έως 3	1 έως 3	-	-	13
	3 έως 6	-	-	-	26
	6 έως 9	-	-	-	24
		<b>27,56 %</b>	<b>4,17 %</b>	<b>0,00 %</b>	<b>0,00 %</b>
					<b>130</b>
	<b>65,06 %</b>	<b>25,96 %</b>	<b>7,05 %</b>	<b>3,53 %</b>	
					<b>312</b>

Στον πίνακα 3.4. εμφανίζεται η αγορά νόμιμων (αυθεντικών) προϊόντων ξεχωριστά για άντρες και γυναίκες. Οι περισσότεροι φοιτητές αγόρασαν νόμιμα μουσικά CD (65,06%) και ταινίες DVD (25,96%). Οι δύο αυτές κατηγορίες έρχονται πρώτες και στις προτιμήσεις αντρών και γυναικών ξεχωριστά.

Πόσες φορές κατά τον τελευταίο χρόνο έχετε αγοράσει τα παρακάτω νόμιμα (αυθεντικά) προϊόντα;

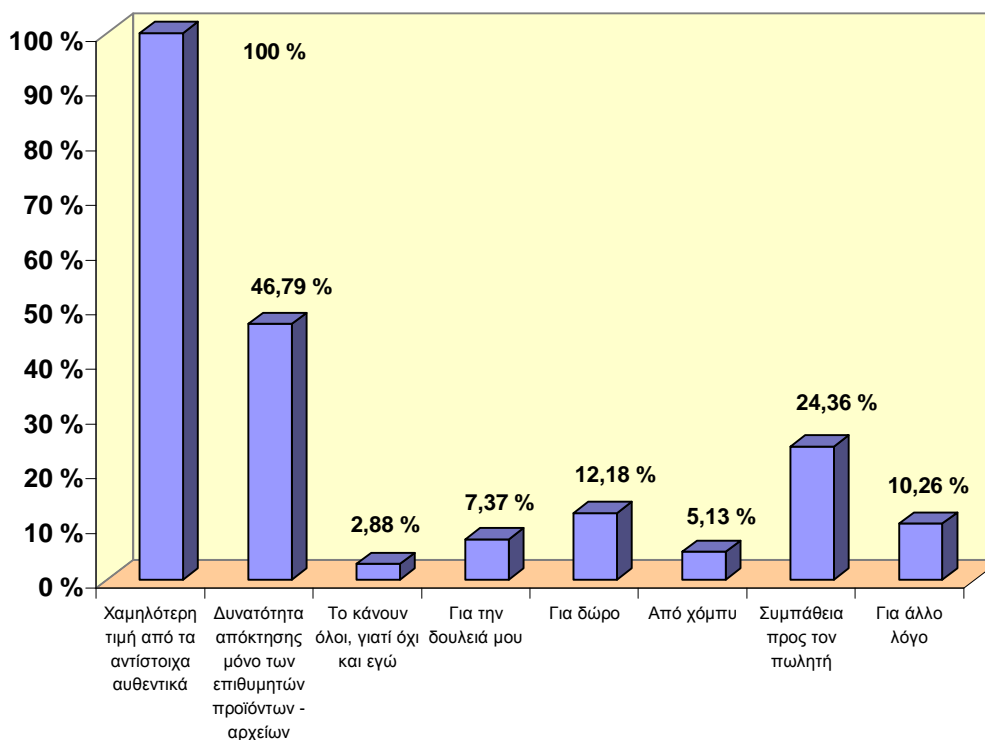


Πίνακας 3.5.

Φύλο ερωτώμενου	Ποιοί από τους παρακάτω λόγους σας οδήγησαν στην απόκτηση πειρατικών προϊόντων;								Συχνότητα
	Χαμηλότερη τιμή από τα αντίστοιχα αυθεντικά	Δυνατότητα απόκτησης μόνο των επιθυμητών προϊόντων - αρχείων	Το κάνουν όλοι, γιατί όχι και εγώ	Για την δουλειά μου	Για δώρο	Από χόμπυ	Συμπάθεια προς τον πωλητή	Για άλλο λόγο	
Άντρας	Ναι	Όχι	Όχι	Όχι	Όχι	Όχι	Όχι	Όχι	65
	Ναι	Όχι	Όχι	Όχι	Όχι	Όχι	Ναι	Όχι	11
	Ναι	Όχι	Όχι	Ναι	Όχι	Όχι	Όχι	Ναι	9
	Ναι	Ναι	Όχι	Όχι	Όχι	Όχι	Όχι	Όχι	81
	Ναι	Ναι	Όχι	Όχι	Ναι	Ναι	Ναι	Ναι	16
	<b>58,33 %</b>	<b>31,09 %</b>	<b>0,00 %</b>	<b>2,88 %</b>	<b>5,13 %</b>	<b>5,13 %</b>	<b>8,65 %</b>	<b>8,01 %</b>	<b>182</b>
Γυναίκα	Ναι	Όχι	Όχι	Όχι	Όχι	Όχι	Όχι	Όχι	52
	Ναι	Όχι	Όχι	Όχι	Όχι	Όχι	Όχι	Ναι	7
	Ναι	Όχι	Όχι	Όχι	Όχι	Όχι	Ναι	Όχι	13
	Ναι	Όχι	Ναι	Όχι	Όχι	Όχι	Ναι	Όχι	9
	Ναι	Ναι	Όχι	Όχι	Όχι	Όχι	Ναι	Όχι	13
	Ναι	Ναι	Όχι	Όχι	Ναι	Όχι	Όχι	Όχι	22
	Ναι	Ναι	Όχι	Ναι	Όχι	Όχι	Ναι	Όχι	14
<b>41,67 %</b>	<b>15,71 %</b>	<b>2,88 %</b>	<b>4,49 %</b>	<b>7,05 %</b>	<b>0,00 %</b>	<b>15,71 %</b>	<b>2,24 %</b>	<b>130</b>	
<b>100,00 %</b>	<b>46,79 %</b>	<b>2,88 %</b>	<b>7,37 %</b>	<b>12,18 %</b>	<b>5,13 %</b>	<b>24,36 %</b>	<b>10,26 %</b>	<b>312</b>	

Ο βασικότερος λόγος τόσο για τους άντρες όσο και για τις γυναίκες είναι η χαμηλότερη τιμή η οποία απαντήθηκε από όλους (100%). Μετά ακολουθεί η δυνατότητα απόκτησης μόνο των επιθυμητών προϊόντων - αρχείων με ποσοστό 46,79%. Σημαντικό ποσοστό καταλαμβάνει και η συμπάθεια προς τον πωλητή 26,36%, φαινόμενο το οποίο δικαιολογείται εν μέρει από το γεγονός ότι ο κύριος όγκος των παράνομων προϊόντων διακινείται από διερχόμενους πωλητές.

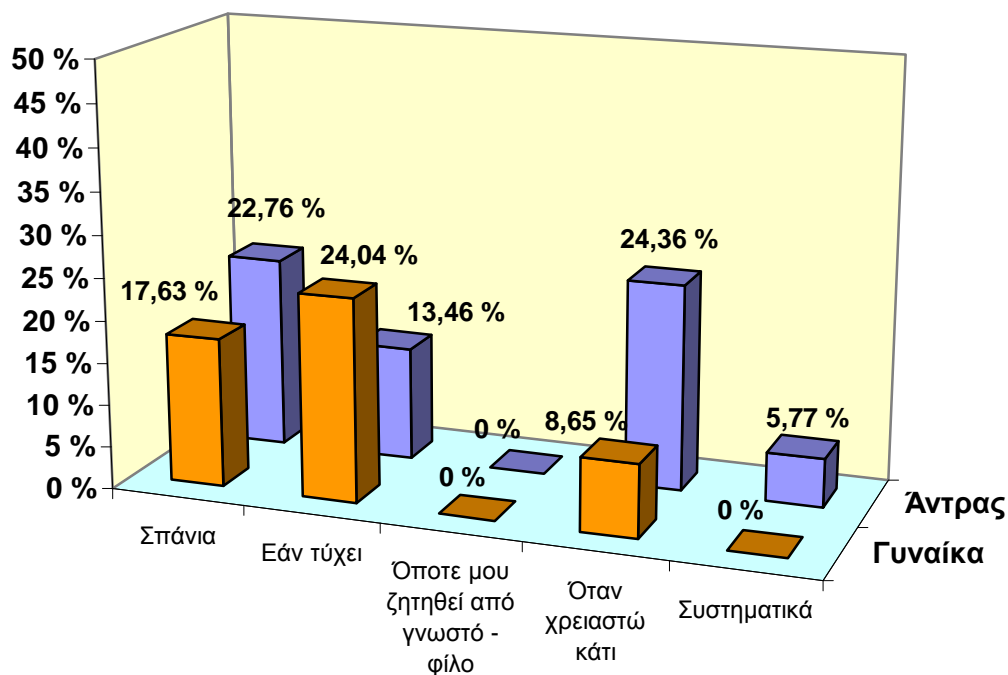
Ποιοί από τους παρακάτω λόγους σας οδήγησαν στην απόκτηση πειρατικών προϊόντων;



Πίνακας 3.6.

Φύλο ερωτώμενου	Πόσο συχνά αγοράζετε πειρατικά προϊόντα;					Συχνότητα
	Σπάνια	Εάν τύχει	Όποτε μου ζητηθεί από γνωστό - φίλο	Όταν χρειαστώ κάτι	Συστηματικά	
Αντρας	Όχι	Όχι	Όχι	Όχι	Ναι	14
	Όχι	Όχι	Όχι	Ναι	Όχι	55
	Όχι	Ναι	Όχι	Όχι	Όχι	17
	Όχι	Ναι	Όχι	Όχι	Ναι	4
	Όχι	Ναι	Όχι	Ναι	Όχι	21
	Ναι	Όχι	Όχι	Όχι	Όχι	71
	<b>22,76 %</b>	<b>13,46 %</b>	<b>0,00 %</b>	<b>24,36 %</b>	<b>5,77 %</b>	
						<b>182</b>
Γυναίκα	Όχι	Ναι	Όχι	Όχι	Όχι	62
	Όχι	Ναι	Όχι	Ναι	Όχι	13
	Ναι	Όχι	Όχι	Όχι	Όχι	41
	Ναι	Όχι	Όχι	Ναι	Όχι	14
	<b>17,63 %</b>	<b>24,04 %</b>	<b>0,00 %</b>	<b>8,65 %</b>	<b>0,00 %</b>	
						<b>130</b>
						<b>312</b>

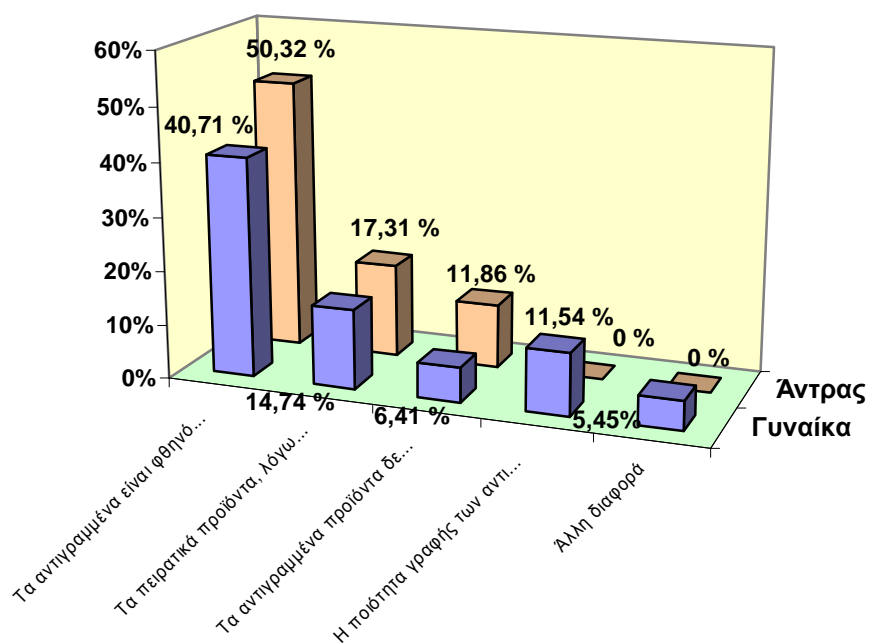
Η πλειοψηφία των αντρών αγοράζει όταν χρειαστεί κάτι (24,36%) ενώ των γυναικών εάν τύχει (24,04%). Δεύτερη κατηγορία στους άντρες είναι η σπάνια αγορά (22,76%) όπως και στις γυναίκες (17,63%) και έρχεται πρώτη στο σύνολο με ποσοστό 40,38% με δεύτερη την τυχαία αγορά (37,5%). Εντύπωση προκαλεί το γεγονός ότι κανένας δεν απάντησε ότι αγοράζει πειρατικά προϊόντα ή αντιγράφει αυθεντικά όταν του ζητηθεί από γνωστό - φίλο. Αυτό ίσως οφείλεται στο γεγονός ότι η απάντηση αυτή θεωρήθηκε ότι προσδίδει εμπορικό χαρακτήρα στο φοιτητή, πράγμα το οποίο προφανώς θέλησε να αποφύγει.



Πίνακας 3.7.

Φύλο ερωτώμενου	Ποιές από τις παρακάτω διαφορές (αν υπάρχουν) σας επηρεάζουν στην απόφαση αγοράς αυθεντικού ή αντιγραμμένου προϊόντος;					Συχνότητα
	Τα αντιγραμμένα είναι φθηνότερα	Τα πειρατικά προϊόντα, λόγω κακής ποιότητας "σπασίματος" παρουσιάζουν ασυμβατότητα με διάφορες εφαρμογές	Τα αντιγραμμένα προϊόντα δε συνοδεύονται από καλό εξώφυλλο ή βιβλιαράκι πληροφοριών	Η ποιότητα γραφής των αντιγραμμένων (μουσικά CD, ταινίες DVD) είναι χαμηλότερη	Άλλη διαφορά	
Αντρας	Όχι	Ναι	Όχι	Όχι	Όχι	25
	Ναι	Όχι	Όχι	Όχι	Όχι	91
	Ναι	Όχι	Ναι	Όχι	Όχι	37
	Ναι	Ναι	Όχι	Όχι	Όχι	29
	<b>50,32 %</b>	<b>17,31 %</b>	<b>11,86 %</b>	<b>0,00 %</b>	<b>0,00 %</b>	
						<b>182</b>
Γυναίκα	Ναι	Όχι	Όχι	Όχι	Όχι	84
	Όχι	Ναι	Ναι	Ναι	Όχι	3
	Ναι	Ναι	Όχι	Όχι	Όχι	10
	Ναι	Ναι	Όχι	Ναι	Όχι	16
	Ναι	Ναι	Ναι	Ναι	Ναι	17
	<b>40,71 %</b>	<b>14,74 %</b>	<b>6,41 %</b>	<b>11,54 %</b>	<b>5,45 %</b>	
						<b>130</b>
						<b>312</b>

Οι επιλογές στην ερώτηση 3 του ερωτηματολογίου οι οποίες φαίνονται στον πίνακα 3.7 περιλαμβάνουν τις περισσότερο διαπιστωμένες από την πρακτική διαφορές ανάμεσα σε αυθεντικά και παράνομα προϊόντα, οι οποίες οδηγούν στην αγορά άλλοτε αυθεντικού και άλλοτε αντιγραμμένου προϊόντος. Η πλειοψηφία των φοιτητών θεωρεί την χαμηλότερη τιμή των αντιγραμμένων ως το βασικότερο παράγοντα για την αγορά παράνομων προϊόντων (91,03%). Η κακή ποιότητα σπασίματος (32,05%) και η έλλειψη ένθετου πληροφοριών στα παράνομα (18,27%) θεωρούνται σημαντικά τόσο από τους άντρες όσο και από τις γυναίκες. Τέλος μόνο γυναίκες οδηγήθηκαν στην αγορά νόμιμων προϊόντων επειδή παρατήρησαν πως τα παράνομα έχουν χαμηλότερη ποιότητα γραφής (11,54%).





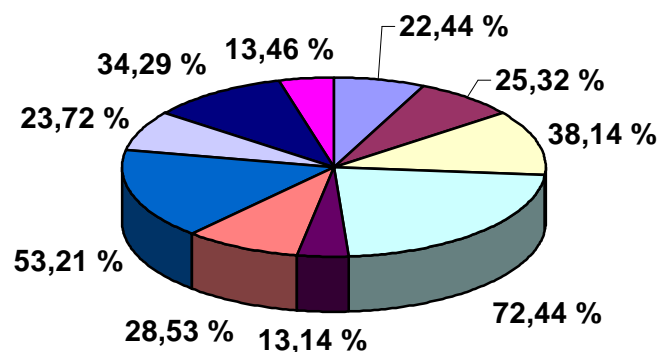
Πίνακας 3.8.

Φύλο ερωτώμενου	Ποιές από τις παρακάτω συνέπειες ή αποτελέσματα θεωρείτε ότι έχει επιφέρει η πειρατεία στην Ελλάδα;										Συχνότητα
	Ανεργία στον κλάδο της μουσικής βιομηχανίας	Πλήγμα στους καλλιτέχνες	Πλήγμα στη μουσική βιομηχανία	Απελευθέρωση ηλεκτρονικού εμπορίου μέσω internet και αντιγραφής CD καθώς και μεγαλύτερη δυνατότητα πρόσβασης	Λήψη αυστηρότερων μέτρων καταπολέμησης από την πολιτεία	Μεγαλύτερες προσφορές από μουσικά καταστήματα	Απεριόριστες επιλογές μουσικών CD, DVD, προγραμμάτων και παιχνιδιών για όλους	Μείωση τιμών στα αυθεντικά CD	Θέσπιση μεγαλύτερων δικλίδων ασφαλείας από τις εταιρείες	Κάτι άλλο	
Αντρας	Όχι	Όχι	Όχι	Όχι	Όχι	Όχι	Όχι	Όχι	Ναι	Όχι	12
	Όχι	Όχι	Όχι	Όχι	Όχι	Όχι	Ναι	Όχι	Όχι	Όχι	12
	Όχι	Όχι	Όχι	Όχι	Όχι	Ναι	Ναι	Όχι	Όχι	Όχι	13
	Όχι	Όχι	Όχι	Όχι	Ναι	Όχι	Όχι	Όχι	Όχι	Όχι	11
	Όχι	Όχι	Όχι	Ναι	Όχι	Όχι	Όχι	Όχι	Όχι	Ναι	14
	Όχι	Όχι	Όχι	Ναι	Όχι	Όχι	Ναι	Όχι	Όχι	Όχι	12
	Όχι	Όχι	Όχι	Ναι	Όχι	Όχι	Ναι	Όχι	Ναι	Όχι	13
	Όχι	Όχι	Όχι	Ναι	Όχι	Ναι	Όχι	Ναι	Όχι	Όχι	21
	Ναι	Όχι	Όχι	Ναι	Όχι	Ναι	Ναι	Όχι	Ναι	Όχι	18
	Όχι	Όχι	Ναι	Όχι	Όχι	Όχι	Όχι	Όχι	Όχι	Ναι	16
	Όχι	Όχι	Ναι	Ναι	Όχι	Όχι	Όχι	Όχι	Ναι	Ναι	12
	Όχι	Ναι	Ναι	Ναι	Όχι	Όχι	Όχι	Όχι	Όχι	Όχι	8
	Όχι	Ναι	Ναι	Ναι	Όχι	Όχι	Ναι	Όχι	Όχι	Όχι	9
	Όχι	Ναι	Ναι	Ναι	Όχι	Ναι	Ναι	Όχι	Ναι	Όχι	11
	5,77 %	8,97 %	17,95 %	37,82 %	3,53 %	14,42 %	28,21 %	6,73 %	21,15 %	13,46 %	
											182
Γυναίκα	Όχι	Όχι	Όχι	Ναι	Όχι	Όχι	Όχι	Όχι	Όχι	Όχι	16
	Όχι	Όχι	Όχι	Ναι	Όχι	Όχι	Ναι	Όχι	Όχι	Όχι	37
	Όχι	Όχι	Όχι	Ναι	Όχι	Ναι	Όχι	Ναι	Όχι	Όχι	14
	Ναι	Όχι	Ναι	Όχι	Όχι	Όχι	Όχι	Ναι	Όχι	Όχι	12
	Ναι	Ναι	Ναι	Όχι	Όχι	Όχι	Όχι	Ναι	Όχι	Όχι	10
	Όχι	Ναι	Ναι	Ναι	Όχι	Όχι	Ναι	Όχι	Ναι	Όχι	11
	Ναι	Ναι	Ναι	Ναι	Ναι	Ναι	Ναι	Όχι	Ναι	Όχι	13
	Ναι	Ναι	Ναι	Ναι	Ναι	Ναι	Ναι	Ναι	Ναι	Όχι	17
		16,67 %	16,35 %	20,19 %	34,62 %	9,62 %	14,10 %	25,00 %	16,99 %	13,14 %	0,00 %
											130
	22,44 %	25,32 %	38,14 %	72,44 %	13,14 %	28,53 %	53,21 %	23,72 %	34,29 %	13,46 %	
											312

Πίνακας 3.8.

Στον πίνακα 3.8. παρουσιάζονται οι συνέπειες και τα αποτελέσματα που θεωρούν οι φοιτητές ότι έχει επιφέρει η πειρατεία στην χώρα μας. Οι απαντήσεις τους δόθηκαν ανεξάρτητα από την προσωπική τους γνώμη για το εάν τις θεωρούν θετικές ή αρνητικές. Οι περισσότεροι φοιτητές θεωρούν πως έχει επέλθει απελευθέρωση του ηλεκτρονικού εμπορίου και μεγαλύτερη δυνατότητα πρόσβασης σε προϊόντα - αρχεία καθώς και απεριόριστες επιλογές για όλους (72,44%). Κατόπιν θεωρούν πως η μουσική βιομηχανία έχει υποστεί πλήγμα (38,14%) γι'αυτό και το 34,29% θεωρεί πως οι εταιρείες έχουν θεσπίσει μεγαλύτερες δικλείδες ασφαλείας. Τέλος το 28,53% παρατήρησε μεγαλύτερες προσφορές σε νόμιμα προϊόντα από διάφορα μουσικά καταστήματα.

### Ποιές από τις παρακάτω συνέπειες ή αποτελέσματα θεωρείτε ότι έχει επιφέρει η πειρατεία στην Ελλάδα;

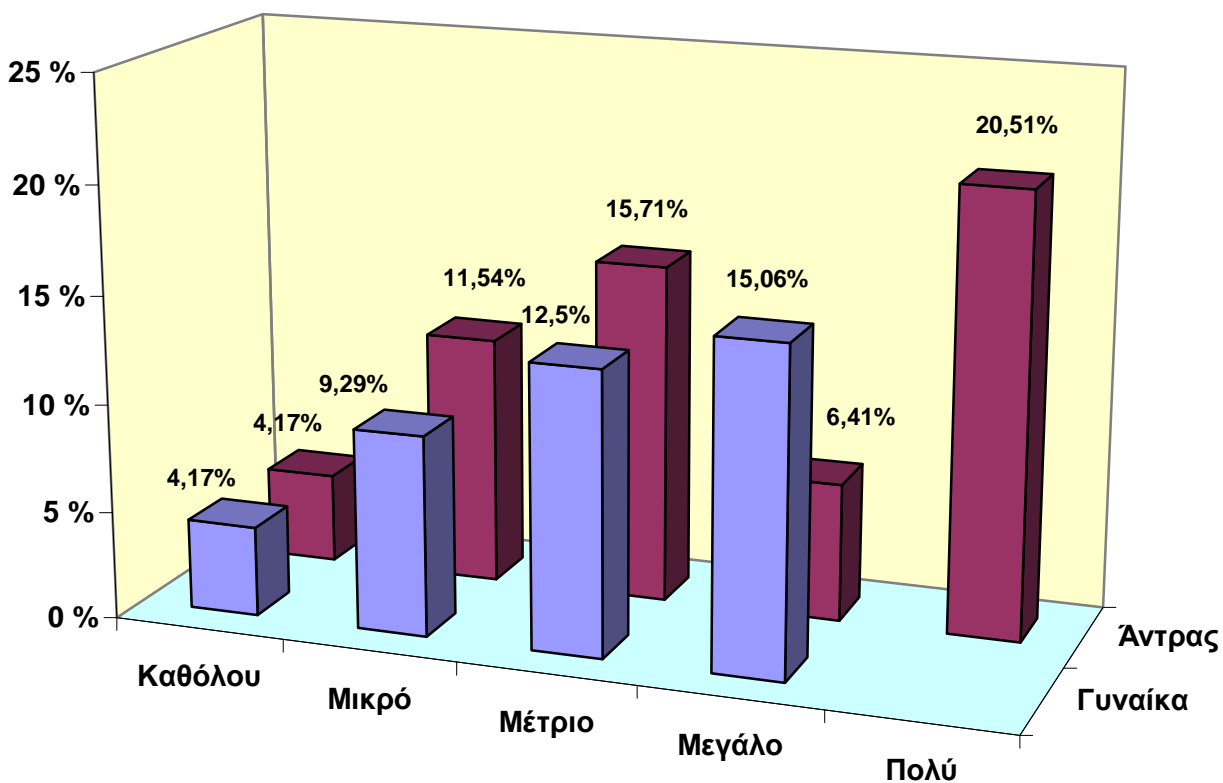


- Ανεργία στον κλάδο της μουσικής βιομηχανίας
- Πλήγμα στους καλλιτέχνες
- Πλήγμα στη μουσική βιομηχανία
- Απελευθέρωση ηλεκτρονικού εμπορίου μέσω internet και αντιγραφής CD καθώς και μεγαλύτερη δυνατότητα πρόσβασης
- Λήψη αυστηρότερων μέτρων καταπολέμησης από την πολιτεία
- Μεγαλύτερες προσφορές από μουσικά καταστήματα
- Απεριόριστες επιλογές μουσικών CD, DVD, προγραμμάτων και παιχνιδιών για όλους
- Μείωση τιμών στα αυθεντικά CD
- Θέσπιση μεγαλύτερων δικλείδων ασφαλείας από τις εταιρείες
- Κάτι άλλο

Πίνακας 3.9.

Φύλο ερωτώμενου	Σε τί βαθμό χρησιμοποιεί πειρατικά προϊόντα το άμεσο οικογενειακό (συγγενικό) ή/και φιλικό σας περιβάλλον;	Συχνότητα	Ποσοστό
Αντρας	Καθόλου	13	4,17 %
	Μικρό	36	11,54 %
	Μέτριο	49	15,71 %
	Μεγάλο	20	6,41 %
	Πολύ μεγάλο	64	20,51 %
		<b>182</b>	<b>58,33 %</b>
Γυναίκα	Καθόλου	13	4,17 %
	Μικρό	29	9,29 %
	Μέτριο	41	13,14 %
	Πολύ μεγάλο	47	15,06 %
		<b>130</b>	<b>41,67 %</b>
		<b>312</b>	<b>100,00 %</b>

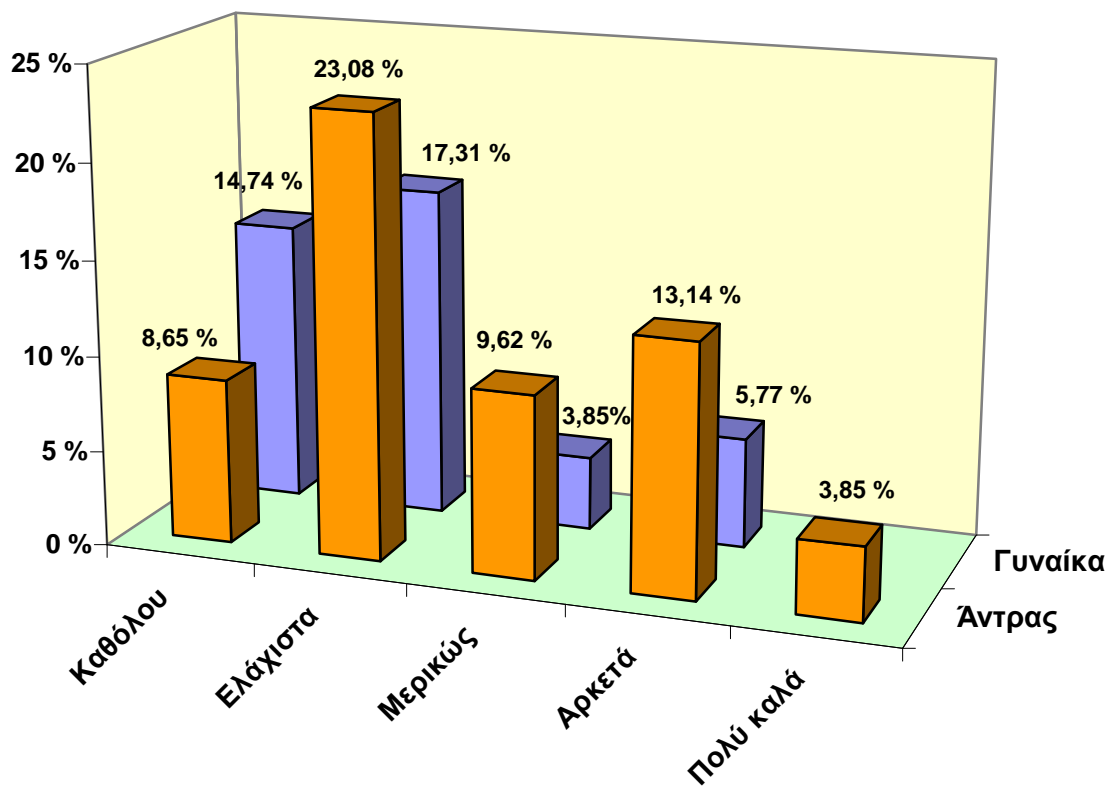
Όπως φανερώνει ο πίνακας 3.9. η αγορά πειρατικών προϊόντων θεωρείται μια ευρέως διαδεδομένη δραστηριότητα στα πλαίσια του οικογενειακού και φιλικού περιβάλλοντος. Πιο συγκεκριμένα το 55,12% από άντρες και γυναίκες ζεί και κινείται σε περιβάλλον όπου τα πειρατικά προϊόντα κυκλοφορούν από μέτριο έως πολύ μεγάλο βαθμό (70,83%). Ενδεχομένως έτσι να εξηγείται ο μεγάλος όγκος αγοράς πειρατικών προϊόντων από τους φοιτητές.



Πίνακας 3.10.

Φύλο ερωτώμενου	Γνωρίζετε τις νομικές συνέπειες της πειρατείας;	Συχνότητα	Ποσοστό
Αντρας	Καθόλου	27	8,65 %
	Ελάχιστα	72	23,08 %
	Μερικώς	30	9,62 %
	Αρκετά	41	13,14 %
	Πολύ καλά	12	3,85 %
		<b>182</b>	<b>58,33 %</b>
Γυναίκα	Καθόλου	46	14,74 %
	Ελάχιστα	54	17,31 %
	Μερικώς	12	3,85 %
	Αρκετά	18	5,77 %
		<b>130</b>	<b>41,67 %</b>
		<b>312</b>	<b>100,00 %</b>

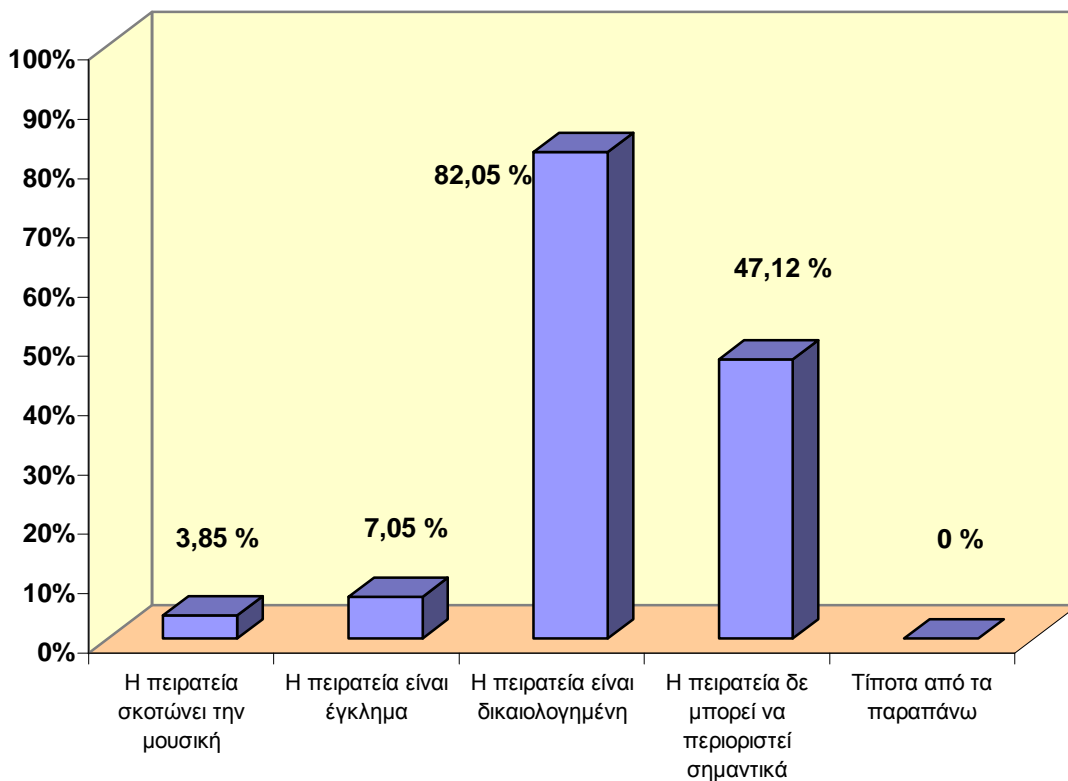
Από τον πίνακα 3.10. φαίνεται ξεκάθαρα πως η πλειοψηφία των φοιτητών αντρών και γυναικών δεν έχει επαρκή πληροφόρηση περί των νομικών συνεπειών της πειρατείας. Πιο συγκεκριμένα το 63,78% γνωρίζει από καθόλου έως ελάχιστα τις ποινές του νόμου ενώ αρκετή έως πολύ καλή γνώση έχει μόνο το 18,91%.



Πίνακας 3.11.

Φύλο ερωτώμενου	Τι από τα παρακάτω θεωρείτε πως χαρακτηρίζει τη μουσική και ηλεκτρονική πειρατεία;					Συχνότητα
	Η πειρατεία σκοτώνει την μουσική	Η πειρατεία είναι έγκλημα	Η πειρατεία είναι δικαιολογημένη	Η πειρατεία δε μπορεί να περιοριστεί σημαντικά	Τίποτα από τα παραπάνω	
Άντρας	Όχι	Όχι	Όχι	Ναι	Όχι	33
	Όχι	Όχι	Ναι	Όχι	Όχι	72
	Όχι	Όχι	Ναι	Ναι	Όχι	55
	Όχι	Ναι	Όχι	Όχι	Όχι	11
	Όχι	Ναι	Ναι	Ναι	Όχι	11
	0,00 %	7,05 %	44,23 %	31,73 %	0,00 %	
						<b>182</b>
Γυναίκα	Όχι	Όχι	Όχι	Ναι	Όχι	0
	Όχι	Όχι	Ναι	Όχι	Όχι	70
	Όχι	Όχι	Ναι	Ναι	Όχι	48
	Ναι	Όχι	Όχι	Όχι	Όχι	12
	3,85 %	0,00 %	37,82 %	15,38 %	0,00 %	
	3,85 %	7,05 %	82,05 %	47,12 %	0,00 %	
						<b>130</b>
						<b>312</b>

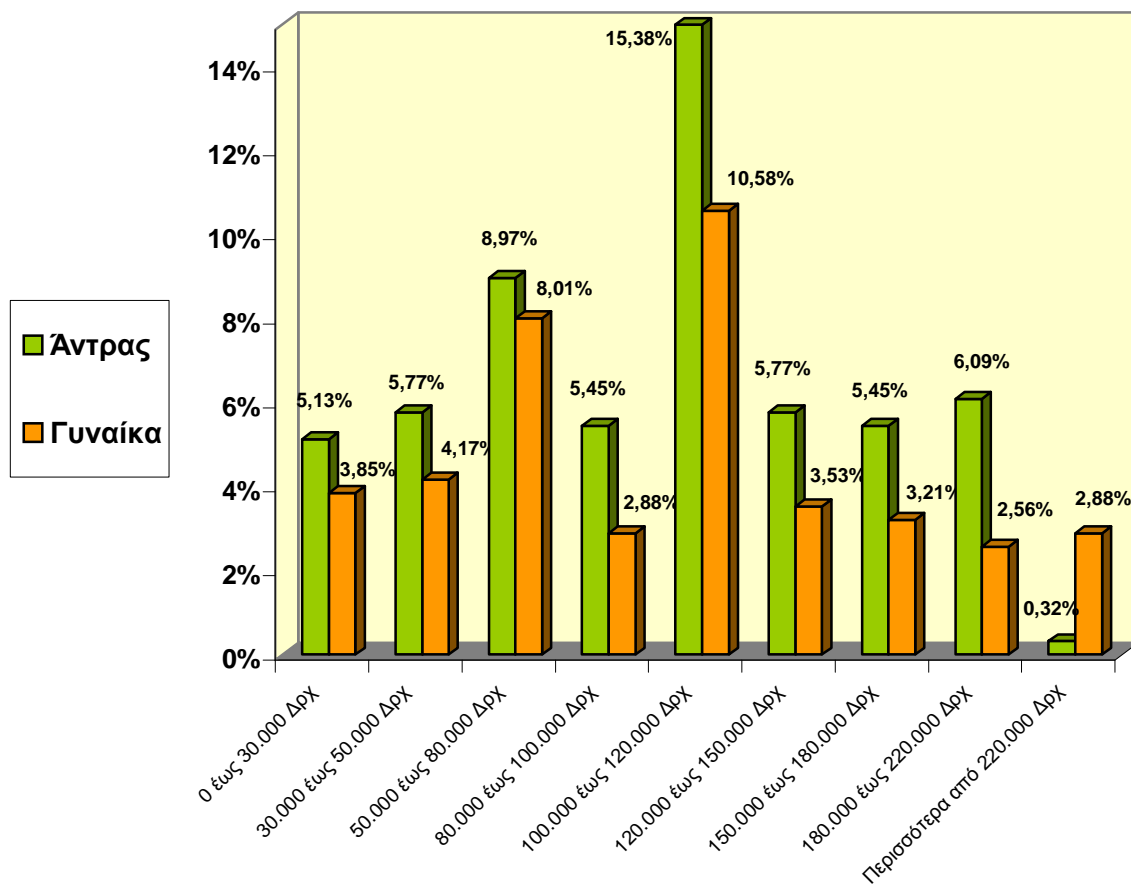
Η προσωπική άποψη των φοιτητών για το φαινόμενο της πειρατείας απεικονίζεται στον παραπάνω πίνακα. Εντύπωση προκαλεί το γεγονός ότι η πειρατεία εκλαμβάνεται ως έγκλημα μόνο από το 7,05% ενώ μικρό είναι και το ποσοστό όσων πιστεύουν ότι η πειρατεία σκοτώνει την μουσική (3,85%). Άρα λογικό εμφανίζεται το ποσοστό όσων θεωρούν την πειρατεία δικαιολογημένη (82,05%). Σημαντική θέση κατέχει και η άποψη ότι η πειρατεία δεν μπορεί να περιοριστεί σημαντικά (47,12%).



Πίνακας 3.12.

Ποιάς τάξεως είναι το μηνιαίο εισόδημα (μισθός) ή/και το χαρτζιλίκι σας;	Φύλο ερωτώμενου		Συχνότητα	Ποσοστό
	Άντρας	Γυναίκα		
0 έως 30.000 Δρχ	16 5,13 %	12 3,85 %	28	8,97 %
30.000 έως 50.000 Δρχ	18 5,77 %	13 4,17 %	31	9,94 %
50.000 έως 80.000 Δρχ	28 8,97 %	25 8,01 %	53	16,99 %
80.000 έως 100.000 Δρχ	17 5,45 %	9 2,88 %	26	8,33 %
100.000 έως 120.000 Δρχ	48 15,38 %	33 10,58 %	81	25,96 %
120.000 έως 150.000 Δρχ	18 5,77 %	11 3,53 %	29	9,29 %
150.000 έως 180.000 Δρχ	17 5,45 %	10 3,21 %	27	8,65 %
180.000 έως 220.000 Δρχ	19 6,09 %	8 2,56 %	27	8,65 %
Περισσότερα από 220.000 Δρχ	1 0,32 %	9 2,88 %	10	3,21 %
<b>Συνολικά</b>	<b>182 58,33 %</b>	<b>130 41,67 %</b>	<b>312</b>	<b>100,00 %</b>

Στον πίνακα 3.12. φαίνεται η κατανομή των φοιτητών στις διάφορες κατηγορίες εισοδήματος για κάθε φύλο.



Πίνακας 3.13.

Φύλο ερωτώμενου	Πόσες φορές κατά τον τελευταίο χρόνο έχετε αγοράσει τα παρακάτω νόμπα (αυθεντικά) προϊόντα;				Πόσες φορές περίπου έχετε χρησιμοποιήσει τους παρακάτω τύπους περαταίας κατά τον τελευταίο χρόνο;													Συχνότητα						
	Μουσικά CD	Ταινίες DVD	Προγράμματα	Παιχνίδια	Αγορά αντιγραμμένου μουσικού CD από διερχόμενο πωλητή	Αγορά αντιγραμμένου μουσικού CD από πλανόδιο πωλητή (πάγκο)	Αγορά αντιγραμμένου μουσικού CD από μαγαζί	Αγορά αντιγραμμένου μουσικού CD από ιδιώτη - γνωστό	Αντιγραφή αυθεντικού μουσικού CD	Αγορά αντιγραμμένης ταινίας DVD από μαγαζί	Αγορά αντιγραμμένης ταινίας DVD από ιδιώτη - γνωστό	Αγορά αντιγραμμένου προγράμματος από πλανόδιο πωλητή (πάγκο)	Αγορά αντιγραμμένου προγράμματος από μαγαζί	Αγορά αντιγραμμένου προγράμματος από ιδιώτη - γνωστό	Αγορά αντιγραμμένου παιχνιδιού από πλανόδιο πωλητή (πάγκο)	Αγορά αντιγραμμένου παιχνιδιού από μαγαζί	Αγορά αντιγραμμένου παιχνιδιού από ιδιώτη - γνωστό							
Άνδρας	Δεν αγοράζει	Δεν αγοράζει	Δεν αγοράζει	Δεν αγοράζει	-	0 έως 10	-	-	10 έως 20	-	0 έως 10	-	0 έως 10	30 έως 50	-	0 έως 10	10 έως 20	11						
					0 έως 10	-	-	-	20 έως 30	-	-	-	-	-	-	-	-	-	12					
					0 έως 10	-	0 έως 10	-	0 έως 10	-	-	-	-	-	-	-	10 έως 20	0 έως 10	0 έως 10	9				
					0 έως 10	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	10 έως 20	0 έως 10	0 έως 10	7			
					39																			
					39																			
					39																			
					1 έως 3	Δεν αγοράζει	Δεν αγοράζει	Δεν αγοράζει	8,97 %	3,53 %	5,13 %	0,00 %	10,26 %	0,00 %	3,53 %	0,00 %	3,53 %	7,37 %	5,13 %	8,65 %	8,65 %	14		
					0 έως 10				-	10 έως 20	-	80 έως 100	-	-	-	-	-	10 έως 20	10 έως 20	-	20 έως 30	-	14	
					9 έως 12	3 έως 6	Δεν αγοράζει	Δεν αγοράζει	4,49 %	0,00 %	4,49 %	0,00 %	4,49 %	0,00 %	0,00 %	0,00 %	0,00 %	4,49 %	4,49 %	0,00 %	4,49 %	14		
					-				-	-	-	100 έως 150	-	-	-	-	0 έως 10	0 έως 10	-	0 έως 10	10 έως 20	-	12	
					12																			
					12																			
					12																			
					0,00 % 0,00 % 0,00 % 0,00 % 3,85 % 0,00 % 0,00 % 0,00 % 3,85 % 3,85 % 0,00 % 3,85 % 3,85 % 12																			
					65																			
					3 έως 6	Δεν αγοράζει	Δεν αγοράζει	Δεν αγοράζει	13,46 %	3,53 %	9,62 %	0,00 %	18,59 %	0,00 %	3,53 %	0,00 %	7,37 %	15,71 %	9,62 %	12,50 %	16,99 %	13		
									0 έως 10	-	-	-	100 έως 150	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	12
10 έως 20	-	-	-	10 έως 20					-	-	-	-	-	-	-	-	10 έως 20	-	-	16				
10 έως 20	0 έως 10	-	-	-					-	-	-	-	-	-	-	-	0 έως 10	20 έως 30	-	41				
13,14 % 5,13 % 0,00 % 0,00 % 8,01 % 0,00 % 0,00 % 0,00 % 0,00 % 0,00 % 0,00 % 0,00 % 0,00 % 8,97 % 5,13 %																								
11																								
11																								
0,00 % 0,00 % 0,00 % 3,53 % 0,00 % 0,00 % 0,00 % 0,00 % 0,00 % 0,00 % 0,00 % 0,00 % 0,00 % 3,53 % 0,00 %																								
52																								
52																								
3 έως 6	Δεν αγοράζει	Δεν αγοράζει	Δεν αγοράζει	13,14 %					5,13 %	0,00 %	3,53 %	8,01 %	0,00 %	0,00 %	0,00 %	0,00 %	0,00 %	0,00 %	12,50 %	5,13 %	-	15		
				0 έως 10					10 έως 20	-	0 έως 10	30 έως 50	0 έως 10	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	15
				15																				
				15																				
				4,81 % 4,81 % 0,00 % 4,81 % 4,81 % 4,81 % 0,00 % 0,00 % 0,00 % 0,00 % 0,00 % 0,00 % 0,00 % 0,00 % 0,00 %																				
				67																				
				17,95 % 9,94 % 0,00 % 8,33 % 12,82 % 4,81 % 0,00 % 0,00 % 0,00 % 0,00 % 0,00 % 0,00 % 0,00 % 12,50 % 5,13 %																				
				10																				
				10																				
				3,21 % 3,21 % 0,00 % 3,21 % 3,21 % 0,00 % 0,00 % 0,00 % 0,00 % 0,00 % 0,00 % 0,00 % 0,00 % 3,21 % 3,21 %																				
				10																				
				10																				
				6 έως 9	1 έως 3	Δεν αγοράζει	Δεν αγοράζει	10 έως 20	-	20 έως 30	10 έως 20	Περισσότερα από 500	-	-	-	-	-	-	10 έως 20	-	17			
								5,45 %	0,00 %	5,45 %	5,45 %	5,45 %	0,00 %	0,00 %	0,00 %	0,00 %	0,00 %	0,00 %	0,00 %	5,45 %	0,00 %	17		
								17																
								17																
								8,65 % 3,21 % 5,45 % 8,65 % 8,65 % 0,00 % 0,00 % 0,00 % 0,00 % 0,00 % 0,00 % 0,00 % 0,00 % 8,65 % 3,21 %																
								27																
27																								
8,65 % 3,21 % 5,45 % 8,65 % 8,65 % 0,00 % 0,00 % 0,00 % 0,00 % 0,00 % 0,00 % 0,00 % 0,00 % 8,65 % 3,21 %																								
8																								
8																								
8																								
0,00 % 2,56 % 0,00 % 0,00 % 2,56 % 0,00 % 0,00 % 0,00 % 0,00 % 0,00 % 0,00 % 0,00 % 0,00 % 0,00 % 2,56 %																								
8																								
8																								
9 έως 12	Δεν αγοράζει	Δεν αγοράζει	Δεν αγοράζει					0,00 %	2,56 %	0,00 %	0,00 %	2,56 %	0,00 %	0,00 %	0,00 %	0,00 %	0,00 %	0,00 %	0,00 %	0,00 %	2,56 %	8		
								8																
								8																
								0,00 % 2,56 % 0,00 % 0,00 % 2,56 % 0,00 % 0,00 % 0,00 % 0,00 % 0,00 % 0,00 % 0,00 % 0,00 % 0,00 % 2,56 %																
				8																				
				8																				
				0,00 % 2,56 % 0,00 % 0,00 % 2,56 % 0,00 % 0,00 % 0,00 % 0,00 % 0,00 % 0,00 % 0,00 % 0,00 % 0,00 % 2,56 %																				
				15																				
				15																				
				15																				
				0,00 % 4,81 % 0,00 % 0,00 % 0,00 % 0,00 % 0,00 % 0,00 % 0,00 % 0,00 % 0,00 % 0,00 % 0,00 % 0,00 % 0,00 %																				
				15																				
				15																				
				0,00 % 4,81 % 0,00 % 0,00 % 0,00 % 0,00 % 0,00 % 0,00 % 0,00 % 0,00 % 0,00 % 0,00 % 0,00 % 0,00 % 0,00 %																				
				182																				
				40,06 % 24,04 % 15,06 % 16,99 % 42,63 % 4,81 % 3,53 % 0,00 % 7,37 % 15,71 % 9,62 % 33,65 % 27,88 %																				

Πίνακας 3.13.

Φύλο ερωτώμενου	Πόσες φορές κατά τον τελευταίο χρόνο έχετε αγοράσει τα παρακάτω νόμιμα (αυθεντικά) προϊόντα;				Πόσες φορές περίπου έχετε χρησιμοποιήσει τους παρακάτω τύπους πειρατείας κατά τον τελευταίο χρόνο;												Συχνότητα						
	Μουσικά CD	Ταινίες DVD	Προγράμματα	Παιχνίδια	Αγορά αντιγραμμένου μουσικού CD από διερχόμενο πωλητή	Αγορά αντιγραμμένου μουσικού CD από πλανόδιο πωλητή (πάγκο)	Αγορά αντιγραμμένου μουσικού CD από μαγαζί	Αγορά αντιγραμμένου μουσικού CD από ιδιώτη - γνωστό	Αντιγραφή αυθεντικού μουσικού CD	Αγορά αντιγραμμένης ταινίας DVD από μαγαζί	Αγορά αντιγραμμένης ταινίας DVD από ιδιώτη - γνωστό	Αγορά αντιγραμμένου προγράμματος από πλανόδιο πωλητή (πάγκο)	Αγορά αντιγραμμένου προγράμματος από μαγαζί	Αγορά αντιγραμμένου προγράμματος από ιδιώτη - γνωστό	Αγορά αντιγραμμένου παιχνιδιού από πλανόδιο πωλητή (πάγκο)	Αγορά αντιγραμμένου παιχνιδιού από μαγαζί		Αγορά αντιγραμμένου παιχνιδιού από ιδιώτη - γνωστό					
Γυναίκα	Δεν αγοράζει	Δεν αγοράζει	Δεν αγοράζει	Δεν αγοράζει	-	-	-	-	100 έως 150	-	-	-	-	-	-	-	-	6					
					0 έως 10	-	-	-	100 έως 150	-	-	-	-	0 έως 10	-	-	-	-	15				
					0 έως 10	-	-	-	-	-	-	-	150 έως 250	0 έως 10	0 έως 10	-	-	0 έως 10	-	-	12		
					20 έως 30	-	-	-	-	-	-	-	100 έως 150	-	-	-	-	-	-	-	11		
					44														44				
					12,18 %	0,00 %	0,00 %	0,00 %	14,10 %	3,85 %	3,85 %	3,85 %	0,00 %	8,65 %	0,00 %	0,00 %	0,00 %	44					
					12,18 %	0,00 %	0,00 %	0,00 %	14,10 %	3,85 %	3,85 %	3,85 %	0,00 %	8,65 %	0,00 %	0,00 %	0,00 %	44					
	6 έως 9	Δεν αγοράζει	Δεν αγοράζει	Δεν αγοράζει	0 έως 10	0 έως 10	0 έως 10	10 έως 20	-	-	-	-	-	-	-	-	-	9					
					0 έως 10	0 έως 10	0 έως 10	0 έως 10	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	15				
									24														24
									4,81 %	7,69 %	4,81 %	7,69 %	0,00 %	0,00 %	0,00 %	0,00 %	0,00 %	0,00 %	0,00 %	0,00 %	0,00 %	24	
					4,81 %	7,69 %	4,81 %	7,69 %	0,00 %	0,00 %	0,00 %	0,00 %	0,00 %	0,00 %	0,00 %	0,00 %	0,00 %	24					
	3 έως 6	Δεν αγοράζει	Δεν αγοράζει	Δεν αγοράζει	10 έως 20	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	26					
					26														26				
					8,33 %	0,00 %	0,00 %	0,00 %	0,00 %	0,00 %	0,00 %	0,00 %	0,00 %	0,00 %	0,00 %	0,00 %	26						
					8,33 %	0,00 %	0,00 %	0,00 %	0,00 %	0,00 %	0,00 %	0,00 %	0,00 %	0,00 %	0,00 %	0,00 %	26						
1 έως 3	Δεν αγοράζει	Δεν αγοράζει	Δεν αγοράζει	0 έως 10	-	-	-	0 έως 10	-	-	0 έως 10	-	-	-	-	-	14						
				0 έως 10	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	9					
								23														23	
								7,37 %	0,00 %	2,88 %	0,00 %	4,49 %	0,00 %	0,00 %	4,49 %	0,00 %	0,00 %	0,00 %	0,00 %	0,00 %	23		
1 έως 3	Δεν αγοράζει	Δεν αγοράζει	Δεν αγοράζει	0 έως 10	-	-	-	-	-	-	-	-	0 έως 10	-	-	0 έως 10	-	13					
								13														13	
								4,17 %	0,00 %	0,00 %	0,00 %	0,00 %	0,00 %	0,00 %	0,00 %	4,17 %	0,00 %	0,00 %	4,17 %	0,00 %	13		
								11,54 %	0,00 %	2,88 %	0,00 %	4,49 %	0,00 %	0,00 %	4,49 %	4,17 %	0,00 %	4,17 %	0,00 %	36			
				36,86 %	7,69 %	7,69 %	7,69 %	18,59 %	3,85 %	3,85 %	8,33 %	4,17 %	8,65 %	0,00 %	4,17 %	0,00 %	130						
				76,92 %	31,73 %	22,76 %	24,68 %	61,22 %	8,65 %	7,37 %	8,33 %	11,54 %	24,36 %	9,62 %	37,82 %	27,88 %	312						

Στον πίνακα 3.13. παρουσιάζεται συνοπτικά η σύνθεση νόμιμων και πειρατικών προϊόντων. Έχουν καταγραφεί όλες οι περιπτώσεις τόσο για άντρες όσο και για γυναίκες. Τα αποτελέσματα για κάθε κατηγορία (CD, DVD, προγράμματα, παιχνίδια) εμφανίζονται στους πίνακες 3.14. έως 3.17.



Πίνακας 3.14.

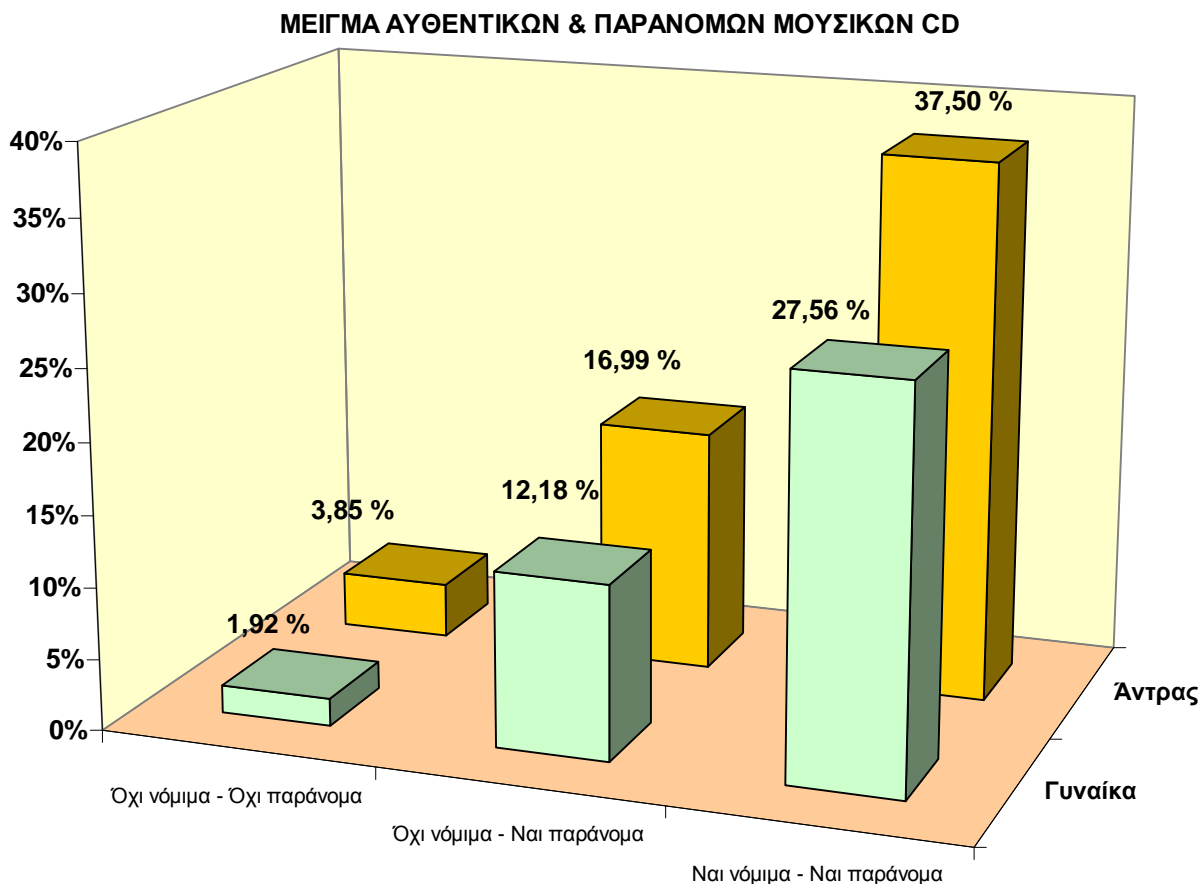
Πόσες φορές κατά τον τελευταίο χρόνο έχετε αγοράσει νόμιμα μουσικά CD;	Πόσες φορές περίπου έχετε χρησιμοποιήσει τους παρακάτω τύπους πειρατείας κατά τον τελευταίο χρόνο;					Φύλο ερωτώμενου		Συχνότητα	
	Αγορά αντιγραμμένου μουσικού CD από διερχόμενο πωλητή	Αγορά αντιγραμμένου μουσικού CD από πλανόδιο πωλητή (πάγκο)	Αγορά αντιγραμμένου μουσικού CD από μαγαζί	Αγορά αντιγραμμένου μουσικού CD από ιδιώτη - γνωστό	Αντιγραφή αυθεντικού μουσικού CD	Αντρας	Γυναίκα		
-	-	-	-	-	100 έως 150	12	6	18	
		0 έως 10	-	-	Συνολικά	3,85 %	1,92 %	18	
	0 έως 10	-	-	-	10 έως 20	11	0	11	
					Συνολικά	3,53 %	0,00 %	11	
		0 έως 10	-	0 έως 10	-	20 έως 30	12	0	12
						100 έως 150	0	15	15
						Συνολικά	3,85 %	4,81 %	27
						-	7	0	7
	20 έως 30	-	-	-	150 έως 250	0	12	12	
					Συνολικά	5,13 %	3,85 %	28	
	1 έως 3	0 έως 10	-	-	-	0 έως 10	9	0	9
Συνολικά						5,13 %	3,85 %	28	
0 έως 10		-	0 έως 10	-	80 έως 100	14	0	14	
					Συνολικά	4,49 %	0,00 %	14	
20 έως 30		-	-	-	100 έως 150	0	11	11	
					Συνολικά	0,00 %	3,53 %	11	
3 έως 6		-	-	-	-	-	0	13	13
						0 έως 10	0	14	14
		0 έως 10	-	-	-	150 έως 250	0	0	0
						Συνολικά	0,00 %	8,65 %	27
		0 έως 10	-	-	-	-	0	9	9
	0 έως 10					0	0	0	
6 έως 9	-	0 έως 10	-	10 έως 20	10 έως 20	0	0	0	
					Συνολικά	0,00 %	0,00 %	0	
	0 έως 10	-	-	-	10 έως 20	11	0	11	
					Συνολικά	3,53 %	0,00 %	11	
	0 έως 10	-	-	-	100 έως 150	13	0	13	
					Συνολικά	4,17 %	0,00 %	13	
	0 έως 10	-	-	-	0 έως 10	0	0	0	
					Συνολικά	0,00 %	0,00 %	0	
	0 έως 10	-	-	-	0 έως 10	0	0	0	
					Συνολικά	0,00 %	0,00 %	0	
	10 έως 20	-	-	-	0 έως 10	30	0	30	
Συνολικά					4,81 %	0,00 %	15		
10 έως 20	-	-	-	-	0	26	26		
				Συνολικά	3,85 %	8,33 %	38		
10 έως 20	-	-	-	10 έως 20	12	0	12		
				Συνολικά	3,85 %	8,33 %	38		
10 έως 20	-	-	-	-	16	0	16		
				Συνολικά	5,13 %	0,00 %	16		
9 έως 12	-	0 έως 10	-	10 έως 20	-	0	9	9	
					Συνολικά	0,00 %	2,88 %	9	
	0 έως 10	0 έως 10	0 έως 10	0 έως 10	-	0	15	15	
					Συνολικά	0,00 %	4,81 %	15	
	0 έως 10	20 έως 30	-	10 έως 20	30 έως 50	0	0	0	
					Συνολικά	0,00 %	0,00 %	0	
10 έως 20	-	20 έως 30	10 έως 20	30 έως 50	10	0	10		
				Συνολικά	3,21 %	0,00 %	10		
15 έως 20	-	50 έως 80	-	-	περισσότερα από 500	17	0	17	
					Συνολικά	5,45 %	0,00 %	17	
15 έως 20	-	50 έως 80	-	-	50 έως 80	8	0	8	
					Συνολικά	2,56 %	0,00 %	8	
15 έως 20	-	50 έως 80	-	-	-	15	0	15	
					Συνολικά	4,81 %	0,00 %	15	

**Πίνακας 3.14.**

Όσοι δεν έχουν αγοράσει νόμιμα και παράνομα μουσικά CD αλλά έχουν αντιγράψει αυθεντικά αποτελούν το 5,77% του συνόλου των φοιτητών. Το 23,4% δεν έχει αγοράσει νόμιμα, ενώ έχει πραγματοποιήσει αγορές διάφορων κατηγοριών (0 έως 10, 10 έως 20) πειρατικών προϊόντων. Αυτοί που αγόρασαν 1 έως 3 νόμιμα (11,53%) αγόρασαν και παράνομα. Αντίστοιχα με 29,82% εμφανίζονται όσοι αγόρασαν 3 έως 6 νόμιμα και παράνομα. Το 16,35% αγόρασε 6 έως 9 νόμιμα και παράνομα. 9 έως 10 νόμιμα καθώς και παράνομα αγόρασε το 2,56% ενώ το 4,81% αγόρασε 15 έως 20 νόμιμα και 50 έως 80 παράνομα.

Μείγμα αυθεντικών & παράνομων μουσικών CD	Φύλο ερωτώμενου		Συνολικά
	Αντρας	Γυναίκα	
Όχι νόμιμα - Όχι παράνομα	3,85 %	1,92 %	5,77 %
Όχι νόμιμα - Ναι παράνομα	16,99 %	12,18 %	29,17 %
Ναι νόμιμα - Ναι παράνομα	37,50 %	27,56 %	65,06 %

Αυτοί που αγοράζουν νόμιμα και παράνομα αποτελούν το 65,06% στο οποίο οι άντρες πλειοψηφούν με 37,50%. Αυτοί που αγοράζουν μόνο παράνομα αποτελούν το 29,17% από τους οποίους οι περισσότεροι είναι άντρες με 16,99%.



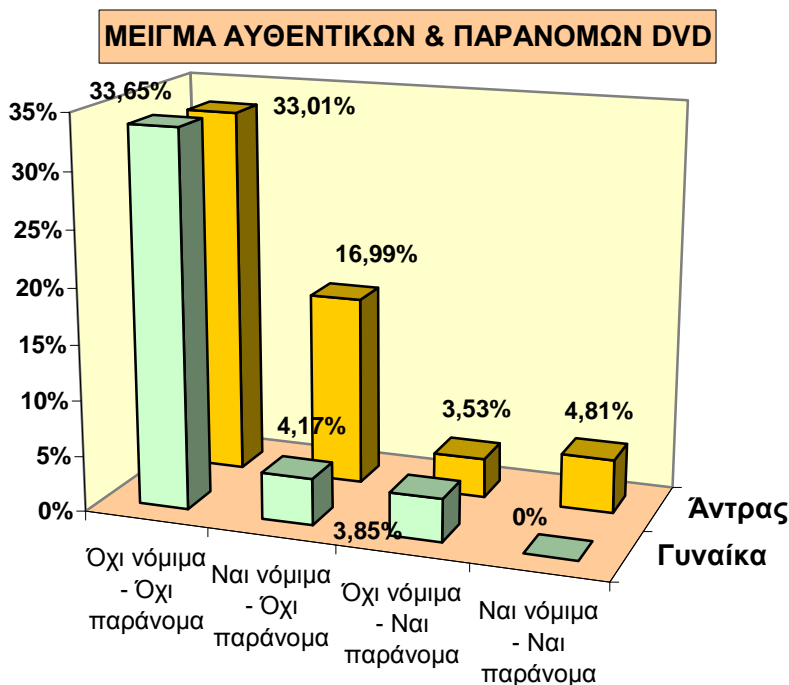
Πίνακας 3.15.

Πόσες φορές κατά τον τελευταίο χρόνο έχετε αγοράσει νόμιμα DVD;	Πόσες φορές περίπου έχετε χρησιμοποιήσει τους παρακάτω τύπους πειρατείας κατά τον τελευταίο χρόνο;		Φύλο ερωτώμενου	
	Αγορά αντιγραμμένης ταινίας DVD από μαγαζί	Αγορά αντιγραμμένης ταινίας DVD από ιδιώτη - γνωστό	Άντρας	Γυναίκα
-	-	-	103	105
		0 έως 10	11	0
		<b>Συνολικά</b>	<b>36,54 %</b>	<b>33,65 %</b>
0 έως 10	0 έως 10	0 έως 10	0	12
		<b>Συνολικά</b>	<b>0,00 %</b>	<b>3,85 %</b>
		-	41	13
1 έως 3	-	<b>Συνολικά</b>	<b>13,14 %</b>	<b>4,17 %</b>
3 έως 6	0 έως 10	-	15	0
		<b>Συνολικά</b>	<b>4,81 %</b>	<b>0,00 %</b>
9 έως 12	-	-	12	0
		<b>Συνολικά</b>	<b>3,85 %</b>	<b>0,00 %</b>

Στον πίνακα 3.15. διαπιστώνουμε ότι όσοι δεν αγοράζουν νόμιμα και αγοράζουν παράνομα αποτελοι 7,38%.

Μείγμα αυθεντικών & παράνομων DVD	Φύλο ερωτώμενου		Συνολικά
	Άντρας	Γυναίκα	
Όχι νόμιμα - Όχι παράνομα	33,01 %	33,65 %	<b>66,66 %</b>
Ναι νόμιμα - Όχι παράνομα	16,99 %	4,17 %	<b>21,15 %</b>
Όχι νόμιμα - Ναι παράνομα	3,53 %	3,85 %	<b>7,38 %</b>
Ναι νόμιμα - Ναι παράνομα	4,81 %	0,00 %	<b>4,81 %</b>

Η αγορά των DVD είναι σαφώς μικρότερη από αυτή των CD αφού το 66,66% δήλωσε ότι δεν αγοράζει DVD. Επίσης υπάρχει η τάση να αγοράζονται περισσότερες νόμιμες ταινίες (25,96%) παρά πειρατικές (12



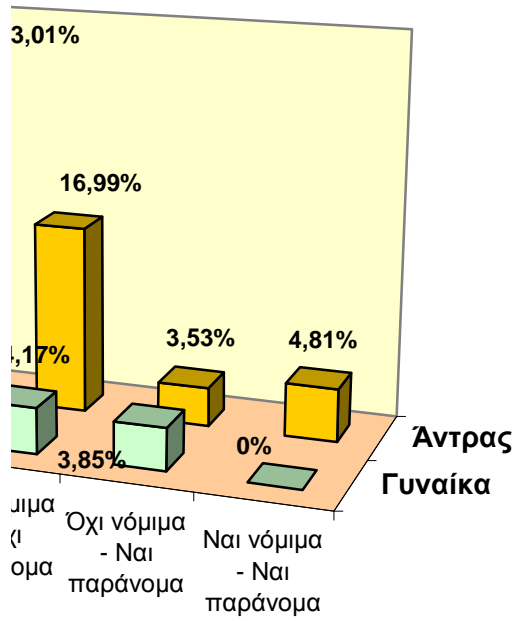
Πίνακας 3.15.

Συχνότητα
208
11
<b>219</b>
12
<b>12</b>
54
<b>54</b>
15
<b>15</b>
12
<b>12</b>

ύν μόλις το

ζει καθόλου  
(2,19%).

**ΕΝΤΙΚΩΝ & ΠΑΡΑΝΟΜΩΝ DVD**



Πίνακας 3.16.

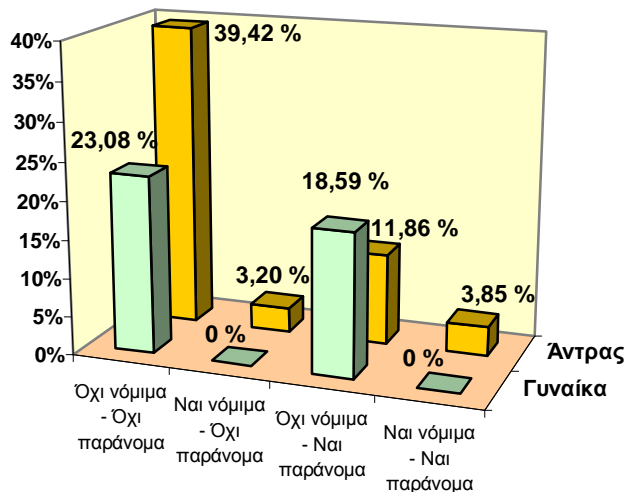
Πόσες φορές κατά τον τελευταίο χρόνο έχετε αγοράσει νόμιμα προγράμματα;	Πόσες φορές περίπου έχετε χρησιμοποιήσει τους παρακάτω τύπους πειρατείας κατά τον τελευταίο χρόνο;			Φύλο ερωτώμενου		Συχνότητα	
	Αγορά αντιγραμμένου προγράμματος από πλανόδιο πωλητή (πάγκο)	Αγορά αντιγραμμένου προγράμματος από μαγαζί	Αγορά αντιγραμμένου προγράμματος από ιδιώτη - γνωστό	Αντρας	Γυναίκα		
-	-	-	-	123	72	195	
			0 έως 10	12	15	27	
			10 έως 20	14	0	14	
				<b>Συνολικά</b>	<b>47,76 %</b>	<b>27,88 %</b>	<b>236</b>
	0 έως 10	-	0 έως 10	-	0	13	13
				30 έως 50	11	0	11
				<b>Συνολικά</b>	<b>3,53 %</b>	<b>4,17 %</b>	<b>24</b>
	0 έως 10	-	-	-	0	18	18
				0 έως 10	0	12	12
<b>Συνολικά</b>				<b>0,00 %</b>	<b>9,62 %</b>	<b>30</b>	
3 έως 6	-	0 έως 10	0 έως 10	12	0	12	
			<b>Συνολικά</b>	<b>3,85 %</b>	<b>0,00 %</b>	<b>12</b>	
6 έως 9	-	-	-	10	0	10	
			<b>Συνολικά</b>	<b>3,20 %</b>	<b>0,00 %</b>	<b>10</b>	

Η τρίτη σε μέγεθος αγορά των προγραμμάτων έχει μέγεθος 37,5%. Όσοι δεν αγοράζουν νόμιμα αλλά αγοράζουν παράνομα αποτελούν το 30,45% που είναι και η μεγαλύτερη τάση σε αυτή την μορφή πειρατείας.

Μείγμα αυθεντικών & παράνομων προγραμμάτων	Φύλο ερωτώμενου		Συνολικά
	Αντρας	Γυναίκα	
Όχι νόμιμα - Όχι παράνομα	39,42 %	23,08 %	<b>62,50 %</b>
Ναι νόμιμα - Όχι παράνομα	3,20 %	0,00 %	<b>3,20 %</b>
Όχι νόμιμα - Ναι παράνομα	11,86 %	18,59 %	<b>30,45 %</b>
Ναι νόμιμα - Ναι παράνομα	3,85 %	0,00 %	<b>3,85 %</b>

Μειοψηφία αποτελούν όσοι αγοράζουν μόνο νόμιμα (3,20%), ενώ αυτοί που αγοράζουν και τα δύο αποτελούν το 3,85%.

### ΜΕΙΓΜΑ ΑΥΘΕΝΤΙΚΩΝ & ΠΑΡΑΝΟΜΩΝ ΠΡΟΓΡΑΜΜΑΤΩΝ



Πίνακας 3.17.

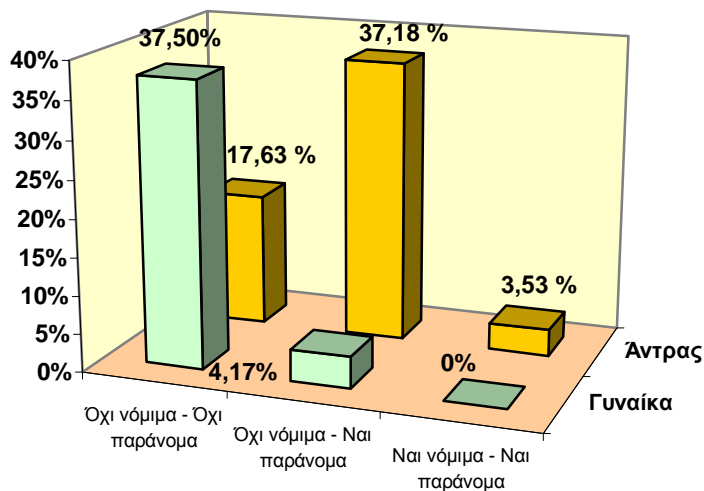
Πόσες φορές κατά τον τελευταίο χρόνο έχετε αγοράσει νόμιμα παιχνίδια;	Πόσες φορές περίπου έχετε χρησιμοποιήσει τους παρακάτω τύπους πειρατείας κατά τον τελευταίο χρόνο;			Φύλο ερωτώμενου		Συχνότητα	
	Αγορά αντιγραμμένου παιχνιδιού από πλανόδιο πωλητή (πάγκο)	Αγορά αντιγραμμένου παιχνιδιού από μαγαζί	Αγορά αντιγραμμένου παιχνιδιού από ιδιώτη - γνωστό	Αντρας	Γυναίκα		
-	-	-	-	55	117	172	
		Συνολικά		17,63 %	37,50 %	172	
		0 έως 10	-	-	0	13	13
			0 έως 10	-	10	0	10
			10 έως 20	-	23	0	23
			20 έως 30	-	16	0	16
	Συνολικά		15,71 %	4,17 %	62		
	10 έως 20	-	-	-	29	0	29
			Συνολικά		9,29 %	0,00 %	29
	10 έως 20	-	0 έως 10	-	8	0	8
			20 έως 30	-	14	0	14
			Συνολικά		7,05 %	0,00 %	22
0 έως 10			-	16	0	16	
1 έως 3	-	0 έως 10	-	11	0	11	
			Συνολικά		3,53 %	0,00 %	11

Η αγορά των παιχνιδιών η οποία λόγω μεγέθους αποδεικνύεται σημαντική παρουσιάζει αυξημένα ποσοστά παρανομίας. Χαρακτηριστικό είναι ότι δεν υπάρχει κατηγορία φοιτητών η οποία να αγοράζει μόνο νόμιμα και όσοι αγοράζουν νόμιμα και παράνομα αγγίζουν μόλις το 3,53%.

Μείγμα αυθεντικών & παράνομων παιχνιδιών	Φύλο ερωτώμενου		Συνολικά
	Αντρας	Γυναίκα	
Όχι νόμιμα - Όχι παράνομα	17,63 %	37,50 %	55,13 %
Όχι νόμιμα - Ναι παράνομα	37,18 %	4,17 %	41,35 %
Ναι νόμιμα - Ναι παράνομα	3,53 %	0,00 %	3,53 %

Η πλειοψηφία (41,35%) αγοράζει μόνο παράνομα

### ΜΕΙΓΜΑ ΑΥΘΕΝΤΙΚΩΝ & ΠΑΡΑΝΟΜΩΝ ΠΑΙΧΝΙΔΙΩΝ



Πίνακας 3.18.

Φύλο ερωτώμενου	Πόσο συχνά αγοράζετε πειρατικά προϊόντα;					Ποιές από τις παρακάτω διαφορές (αν υπάρχουν) σας επηρεάζουν στην απόφαση αγοράς αυθεντικού ή αντιγραμμένου προϊόντος;									Συχνότητα				
	Σπάνια	Εάν τύχει	Όποτε μου ζητηθεί από γνωστό - φίλο	Όταν χρειαστώ κάτι	Συστηματικά	Χαμηλότερη τιμή από τα αντίστοιχα αυθεντικά	Δυνατότητα απόκτησης μόνο των επιθυμητών προϊόντων - αρχείων	Το κάνουν όλοι, γιατί όχι και εγώ	Για την δουλειά μου	Για δώρο	Από χόμπυ	Συμπάθεια προς τον πωλητή	Για άλλο λόγο						
Ανδρας	Όχι	Ναι	Όχι	Όχι	Ναι	Ναι	Όχι	Όχι	Όχι	Όχι	Όχι	Όχι	Όχι	4					
					Συνολικά													4	
					1,28 %	1,28 %	0,00 %	0,00 %	0,00 %	0,00 %	0,00 %	0,00 %	0,00 %	0,00 %	0,00 %	0,00 %	11		
					Συνολικά													11	
					3,53 %	3,53 %	0,00 %	0,00 %	0,00 %	0,00 %	0,00 %	0,00 %	0,00 %	0,00 %	0,00 %	0,00 %	15		
					Συνολικά													15	
				4,81 %	4,81 %	0,00 %	0,00 %	0,00 %	0,00 %	0,00 %	0,00 %	0,00 %	0,00 %	0,00 %	0,00 %	11			
				Ναι	Ναι	Όχι	Όχι	Όχι	Όχι	Όχι	Όχι	Όχι	Όχι	Όχι	Όχι	Όχι	11		
				Ναι	Ναι	Όχι	Όχι	Όχι	Όχι	Όχι	Όχι	Όχι	Όχι	Όχι	Όχι	Όχι	16		
				Συνολικά													27		
				8,65 %	8,65 %	0,00 %	0,00 %	0,00 %	0,00 %	5,13 %	5,13 %	5,13 %	5,13 %	5,13 %	5,13 %	5,13 %	27		
				Συνολικά													27		
				8,65 %	8,65 %	0,00 %	0,00 %	0,00 %	0,00 %	5,13 %	5,13 %	5,13 %	5,13 %	5,13 %	5,13 %	5,13 %	42		
				Συνολικά													42		
				Συνολικά													42		
	Όχι	Όχι	Όχι	Όχι	Ναι	Όχι	Όχι	Όχι	Όχι	Όχι	Όχι	Όχι	Όχι	Όχι	47				
						Ναι	Όχι	Όχι	Όχι	Όχι	Όχι	Όχι	Όχι	Όχι	Όχι	9			
						Συνολικά													56
						17,95 %	0,00 %	0,00 %	2,88 %	0,00 %	0,00 %	0,00 %	0,00 %	0,00 %	0,00 %	2,88 %	56		
						Συνολικά													56
						17,95 %	0,00 %	0,00 %	2,88 %	0,00 %	0,00 %	0,00 %	0,00 %	0,00 %	0,00 %	2,88 %	14		
					Ναι	Ναι	Όχι	Όχι	Όχι	Όχι	Όχι	Όχι	Όχι	Όχι	Όχι	Όχι	Όχι	14	
					Συνολικά													14	
					4,49 %	4,49 %	0,00 %	0,00 %	0,00 %	0,00 %	0,00 %	0,00 %	0,00 %	0,00 %	0,00 %	0,00 %	14		
					Συνολικά													14	
					4,49 %	4,49 %	0,00 %	0,00 %	0,00 %	0,00 %	0,00 %	0,00 %	0,00 %	0,00 %	0,00 %	0,00 %	70		
					Συνολικά													70	
Συνολικά													70						
Συνολικά													112						
Ναι	Όχι	Όχι	Όχι	Όχι	Όχι	Όχι	Όχι	Όχι	Όχι	Όχι	Όχι	Όχι	Όχι	18					
					Ναι	Όχι	Όχι	Όχι	Όχι	Όχι	Όχι	Όχι	Όχι	Όχι	11				
					Ναι	Όχι	Όχι	Όχι	Όχι	Όχι	Όχι	Όχι	Όχι	Όχι	41				
					Συνολικά													70	
					22,44 %	13,14 %	0,00 %	0,00 %	0,00 %	0,00 %	0,00 %	0,00 %	3,53 %	0,00 %	70				
					Συνολικά													70	
				22,44 %	13,14 %	0,00 %	0,00 %	0,00 %	0,00 %	0,00 %	0,00 %	3,53 %	0,00 %	70					
				Συνολικά													70		
				Συνολικά													70		
				Συνολικά													70		
				22,44 %	13,14 %	0,00 %	0,00 %	0,00 %	0,00 %	0,00 %	0,00 %	3,53 %	0,00 %	70					
				Συνολικά													182		
				Συνολικά													182		
				Συνολικά													182		
				Συνολικά													58,33 %		
Συνολικά													31,09 %						
Συνολικά													0,00 %						
Συνολικά													2,88 %						
Συνολικά													5,13 %						
Συνολικά													5,13 %						
Συνολικά													8,65 %						
Συνολικά													8,01 %						

Πίνακας 3.18.

Φύλο ερωτώμενου	Πόσο συχνά αγοράζετε πειρατικά προϊόντα;					Ποιές από τις παρακάτω διαφορές (αν υπάρχουν) σας επηρεάζουν στην απόφαση αγοράς αυθεντικού ή αντιγραμμένου προϊόντος;								Συχνότητα								
	Σπάνια	Εάν τύχει	Όποτε μου ζητηθεί από γνωστό - φίλο	Όταν χρειαστώ κάτι	Συστηματικά	Χαμηλότερη τιμή από τα αντίστοιχα αυθεντικά	Δυνατότητα απόκτησης μόνο των επιθυμητών προϊόντων - αρχείων	Το κάνουν όλοι, γιατί όχι και εγώ	Για την δουλειά μου	Για δώρο	Από χόμπυ	Συμπάθεια προς τον πωλητή	Για άλλο λόγο									
Ναι	Όχι	Όχι	Όχι	Όχι	Όχι	Ναι	Όχι	Όχι	Όχι	Όχι	Όχι	Όχι	Όχι	32								
						Ναι	Όχι	Ναι	Όχι	Όχι	Όχι	Όχι	Όχι	9								
					Συνολικά					13,14 %	0,00 %	2,88 %	0,00 %	0,00 %	0,00 %	2,88 %	0,00 %	41				
					Συνολικά					13,14 %	0,00 %	2,88 %	0,00 %	0,00 %	0,00 %	2,88 %	0,00 %	41				
					Ναι	Όχι	Ναι	Ναι	Όχι	Ναι	Όχι	Ναι	Όχι	Ναι	Όχι	Ναι	Όχι	14				
							Συνολικά					4,49 %	0,00 %	0,00 %	4,49 %	0,00 %	0,00 %	4,49 %	0,00 %	14		
				Συνολικά					4,49 %	0,00 %	0,00 %	4,49 %	0,00 %	0,00 %	4,49 %	0,00 %	14					
				Συνολικά					17,63 %	0,00 %	2,88 %	4,49 %	0,00 %	0,00 %	7,37 %	0,00 %	55					
				Συνολικά					17,63 %	0,00 %	2,88 %	4,49 %	0,00 %	0,00 %	7,37 %	0,00 %	55					
				Γυναίκα	Όχι	Ναι	Όχι	Όχι	Όχι	Ναι	Όχι	Όχι	Όχι	Όχι	Όχι	Όχι	Όχι	20				
										Ναι	Όχι	Όχι	Όχι	Όχι	Όχι	Όχι	Ναι	Όχι	7			
									Ναι	Όχι	Ναι	Ναι	Όχι	Ναι	Όχι	Ναι	Όχι	Ναι	Όχι	13		
											Ναι	Ναι	Όχι	Όχι	Όχι	Όχι	Όχι	Όχι	22			
									Συνολικά					19,87 %	11,22 %	0,00 %	0,00 %	7,05 %	0,00 %	4,17 %	2,24 %	62
									Συνολικά					19,87 %	11,22 %	0,00 %	0,00 %	7,05 %	0,00 %	4,17 %	2,24 %	62
Ναι	Όχι	Ναι	Όχι					Όχι	Ναι	Όχι	Όχι	Όχι	Ναι	Όχι	Ναι	Όχι	13					
		Συνολικά						4,17 %	0,00 %	0,00 %	0,00 %	0,00 %	4,17 %	0,00 %	13							
Συνολικά								4,17 %	0,00 %	0,00 %	0,00 %	0,00 %	0,00 %	4,17 %	0,00 %	13						
Συνολικά								24,04 %	11,22 %	0,00 %	0,00 %	7,05 %	0,00 %	8,33 %	2,24 %	75						
Συνολικά								24,04 %	11,22 %	0,00 %	0,00 %	7,05 %	0,00 %	8,33 %	2,24 %	75						
Συνολικά								24,04 %	11,22 %	0,00 %	0,00 %	7,05 %	0,00 %	8,33 %	2,24 %	75						
Συνολικά								41,67 %	11,22 %	2,88 %	4,49 %	7,05 %	0,00 %	15,71 %	2,24 %	130						
Συνολικά								100,00 %	42,31 %	2,88 %	7,37 %	12,18 %	5,13 %	24,36 %	10,26 %	312						

Όσοι άντρες αγοράζουν εάν τύχει ενδιαφέρονται για την τιμή και για την απόκτηση μόνο επιθυμητών αρχείων, ενώ οι γυναίκες εμφανίζουν το δώρο και την συμπάθεια προς τον πωλητή ως επιπλέον λόγους. Όσοι αγοράζουν και όταν χρειαστούν κάτι δίνουν σημασία στα δύο παραπάνω στοιχεία αλλά μπορεί να αγοράζουν πειρατικά προϊόντα και για άλλους λόγους όπως για δώρα, από χόμπι και από συμπάθεια προς τον πωλητή. Οι γυναίκες δίνουν βάση στην τιμή και πραγματοποιούν τις αγορές τους λόγω συμπάθειας προς τον πωλητή το οποίο αποτελεί τον τρίτο σημαντικότερο παράγοντα αγοραστικής συμπεριφοράς γι'αυτές. Η ξεχωριστή κατηγορία η οποία αγοράζει εάν τύχει και συστηματικά προσέχει την τιμή και επιθυμεί συγκεκριμένα προϊόντα και αρχεία. Όσοι άντρες αγοράζουν μόνο όταν χρειαστούν κάτι ενδιαφέρονται πρωτίστως για την τιμή, ενώ όσοι μόνο συστηματικά επιθυμούν συγκεκριμένα προϊόντα σε χαμηλή τιμή. Τέλος το βασικότερο κριτήριο για όσους αγοράζουν σπάνια είναι η τιμή, πράγμα το οποίο συμβαίνει και στις γυναίκες.



Πίνακας 3.19.

Φύλο ερωτώμενου	Γνωρίζετε τις νομικές συνέπειες της πειρατείας;	Πόσες φορές περίπου έχετε χρησιμοποιήσει τους παρακάτω τύπους πειρατείας κατά τον τελευταίο χρόνο;													Συχνότητα
		Αγορά αντιγραμμένου μουσικού CD από διερχόμενο πωλητή	Αγορά αντιγραμμένου μουσικού CD από πλανόδιο πωλητή (πάγκο)	Αγορά αντιγραμμένου μουσικού CD από μαγαζί	Αγορά αντιγραμμένου μουσικού CD από ιδιώτη - γνωστό	Αντιγραφή αυθεντικού μουσικού CD	Αγορά αντιγραμμένης ταινίας DVD από μαγαζί	Αγορά αντιγραμμένης ταινίας DVD από ιδιώτη - γνωστό	Αγορά αντιγραμμένου προγράμματος από πλανόδιο πωλητή (πάγκο)	Αγορά αντιγραμμένου προγράμματος από μαγαζί	Αγορά αντιγραμμένου προγράμματος από ιδιώτη - γνωστό	Αγορά αντιγραμμένου παιχνιδιού από πλανόδιο πωλητή (πάγκο)	Αγορά αντιγραμμένου παιχνιδιού από μαγαζί	Αγορά αντιγραμμένου παιχνιδιού από ιδιώτη - γνωστό	
Άντρας	Καθόλου	-	0 έως 10	-	-	10 έως 20	-	0 έως 10	-	0 έως 10	30 έως 50	-	0 έως 10	10 έως 20	11
		0 έως 10	-	0 έως 10	-	0 έως 10	-	-	-	-	-	10 έως 20	0 έως 10	0 έως 10	9
		0 έως 10	-	0 έως 10	-	-	-	-	-	-	-	10 έως 20	0 έως 10	0 έως 10	7
															27
		5,13 %	3,53 %	5,13 %	0,00 %	6,41 %	0,00 %	3,53 %	0,00 %	3,53 %	3,53 %	5,13 %	8,65 %	8,65 %	
	Ελάχιστα	-	50 έως 80	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	15
		-	10 έως 20	-	-	50 έως 80	-	-	-	-	-	10 έως 20	-	0 έως 10	8
		0 έως 10	-	-	-	20 έως 30	-	-	-	-	0 έως 10	-	-	-	12
		0 έως 10	20 έως 30	-	0 έως 10	30 έως 50	-	-	-	-	-	-	0 έως 10	0 έως 10	10
		0 έως 10	10 έως 20	-	0 έως 10	30 έως 50	0 έως 10	-	-	-	-	-	-	-	15
		10 έως 20	-	-	-	10 έως 20	-	-	-	-	-	-	10 έως 20	-	12
															72
		15,71 %	15,38 %	0,00 %	8,01 %	18,27 %	4,81 %	0,00 %	0,00 %	0,00 %	3,85 %	2,56 %	7,05 %	5,77 %	
	Μερικώς	0 έως 10	-	10 έως 20	-	80 έως 100	-	-	-	-	10 έως 20	10 έως 20	-	20 έως 30	14
		10 έως 20	0 έως 10	-	-	-	-	-	-	-	-	-	0 έως 10	20 έως 30	16
															30
		9,62 %	5,13 %	4,49 %	0,00 %	4,49 %	0,00 %	0,00 %	0,00 %	0,00 %	4,49 %	4,49 %	5,13 %	9,62 %	
	Αρκετά	-	-	-	10 έως 20	-	-	-	-	-	-	-	0 έως 10	-	11
0 έως 10		-	-	-	100 έως 150	-	-	-	-	-	-	-	-	13	
10 έως 20		-	20 έως 30	10 έως 20	Περισσότερα από 500	-	-	-	-	-	-	10 έως 20	-	17	
														41	
	9,62 %	0,00 %	5,45 %	8,97 %	9,62 %	0,00 %	0,00 %	0,00 %	0,00 %	0,00 %	0,00 %	8,97 %	0,00 %		
Πολύ καλά	-	-	-	-	100 έως 150	-	-	-	-	0 έως 10	0 έως 10	-	0 έως 10	12	
	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	10 έως 20	12	
														12	
	0,00 %	0,00 %	0,00 %	0,00 %	3,85 %	0,00 %	0,00 %	0,00 %	3,85 %	3,85 %	0,00 %	3,85 %	3,85 %		
	40,06 %	24,04 %	15,06 %	16,99 %	42,63 %	4,81 %	3,53 %	0,00 %	7,37 %	15,71 %	12,18 %	33,65 %	27,88 %	182	
Γυναίκα	Καθόλου	-	0 έως 10	-	10 έως 20	-	-	-	-	-	-	-	-	9	
		0 έως 10	-	0 έως 10	-	-	-	-	-	-	-	-	-	9	
		-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	18
		2,88 %	2,88 %	2,88 %	2,88 %	0,00 %	0,00 %	0,00 %	0,00 %	0,00 %	0,00 %	0,00 %	0,00 %	0,00 %	
	Ελάχιστα	-	-	-	-	100 έως 150	-	-	-	-	-	-	-	-	6
		0 έως 10	-	-	-	0 έως 10	-	-	0 έως 10	-	-	-	-	-	14
		0 έως 10	-	-	-	100 έως 150	-	-	-	-	0 έως 10	-	-	-	15
		20 έως 30	-	-	-	100 έως 150	-	-	-	-	-	-	-	-	11
															46
		12,82 %	0,00 %	0,00 %	0,00 %	14,74 %	0,00 %	0,00 %	4,49 %	0,00 %	4,81 %	0,00 %	0,00 %	0,00 %	
	Μερικώς	0 έως 10	-	-	-	-	-	-	-	0 έως 10	-	-	0 έως 10	-	13
		0 έως 10	0 έως 10	0 έως 10	0 έως 10	-	-	-	-	-	-	-	-	-	15
		10 έως 20	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	26
															54
		17,31 %	4,81 %	4,81 %	4,81 %	0,00 %	0,00 %	0,00 %	0,00 %	4,17 %	0,00 %	0,00 %	4,17 %	0,00 %	
	Αρκετά	0 έως 10	-	-	-	150 έως 250	0 έως 10	0 έως 10	0 έως 10	-	0 έως 10	-	-	-	12
		-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	12
															130
	3,85 %	0,00 %	0,00 %	0,00 %	3,85 %	3,85 %	3,85 %	3,85 %	0,00 %	3,85 %	0,00 %	0,00 %	0,00 %		
	36,86 %	7,69 %	7,69 %	7,69 %	18,59 %	3,85 %	3,85 %	8,33 %	4,17 %	8,65 %	0,00 %	4,17 %	0,00 %		
	76,92 %	31,73 %	22,76 %	24,68 %	61,22 %	8,65 %	7,37 %	8,33 %	11,54 %	24,36 %	12,18 %	37,82 %	27,88 %	312	

Από τους άντρες όσοι δεν έχουν καθόλου ή έχουν ελάχιστη γνώση των νομικών συνεπειών αγοράζοντας πάνω από τον μισό όγκο των παράνομων μουσικών CD, όλα τα παράνομα DVD, πάνω από το μισό όγκο των παράνομων προγραμμάτων καθώς και τα περισσότερα παράνομα παιχνίδια. Εάν σε αυτούς προστεθούν και όσοι έχουν μερική γνώση των ποινών διαπιστώνουμε ότι οι περισσότεροι άντρες που αγοράζουν τα περισσότερα πειρατικά προϊόντα δεν έχουν επαρκής γνώσεις των νομικών συνεπειών. Οι γυναίκες που έχουν καθόλου ή ελάχιστη γνώση των νομικών συνεπειών έχουν αγοράσει λίγο κάτω από τον μισό όγκο των παράνομων μουσικών CD και των προγραμμάτων, ενώ σε όλη την αγορά των παράνομων DVD είχαν αρκετή γνώση. Όλες οι γυναίκες που αγόρασαν παράνομα παιχνίδια γνώριζαν μερικώς τις συνέπειες του νόμου. Συγκρίνοντας όμως το μέγεθος των αγορών παρατηρούμε πως και η πλειοψηφία των γυναικών που αγόρασε τα περισσότερα πειρατικά προϊόντα δεν έχει επαρκή πληροφόρηση του νόμου.

Πίνακας 3.20.

Φύλο ερωτώμενου	Σε τί βαθμό χρησιμοποιεί πειρατικά προϊόντα το άμεσο οικογενειακό (συγγενικό) ή/και φιλικό σας περιβάλλον;	Πόσο συχνά αγοράζετε πειρατικά προϊόντα;					Συχνότητα
		Σπάνια	Εάν τύχει	Όποτε μου ζητηθεί από γνωστό - φίλο	Όταν χρειαστώ κάτι	Συστηματικά	
Άντρας	Καθόλου	Όχι	Ναι	Όχι	Ναι	Όχι	13
							<b>13</b>
		<b>0,00 %</b>	<b>4,17 %</b>	<b>0,00 %</b>	<b>4,17 %</b>	<b>0,00 %</b>	
	Μικρό	Όχι	Όχι	Όχι	Όχι	Ναι	14
		Ναι	Όχι	Όχι	Όχι	Όχι	22
							<b>36</b>
		<b>7,05 %</b>	<b>0,00 %</b>	<b>0,00 %</b>	<b>0,00 %</b>	<b>4,49 %</b>	
	Μέτριο	Όχι	Όχι	Όχι	Ναι	Όχι	29
		Όχι	Ναι	Όχι	Όχι	Ναι	4
		Όχι	Ναι	Όχι	Ναι	Όχι	8
		Ναι	Όχι	Όχι	Όχι	Όχι	8
							<b>49</b>
		<b>2,56 %</b>	<b>3,85 %</b>	<b>0,00 %</b>	<b>11,86 %</b>	<b>1,28 %</b>	
	Μεγάλο	Όχι	Όχι	Όχι	Ναι	Όχι	20
							<b>20</b>
		<b>0,00 %</b>	<b>0,00 %</b>	<b>0,00 %</b>	<b>6,41 %</b>	<b>0,00 %</b>	
	Πολύ μεγάλο	Όχι	Όχι	Όχι	Ναι	Όχι	6
		Όχι	Ναι	Όχι	Όχι	Όχι	17
Ναι		Όχι	Όχι	Όχι	Όχι	41	
					<b>64</b>		
	<b>13,14 %</b>	<b>5,45 %</b>	<b>0,00 %</b>	<b>1,92 %</b>	<b>0,00 %</b>		
						<b>182</b>	
		<b>22,76 %</b>	<b>13,46 %</b>	<b>0,00 %</b>	<b>24,36 %</b>	<b>5,77 %</b>	
Γυναίκα	Καθόλου	Όχι	Ναι	Όχι	Ναι	Όχι	13
							<b>13</b>
		<b>0,00 %</b>	<b>4,17 %</b>	<b>0,00 %</b>	<b>4,17 %</b>	<b>0,00 %</b>	
	Μικρό	Όχι	Ναι	Όχι	Όχι	Όχι	5
		Ναι	Όχι	Όχι	Όχι	Όχι	22
		Ναι	Όχι	Όχι	Ναι	Όχι	2
						<b>29</b>	
		<b>7,69 %</b>	<b>1,60 %</b>	<b>0,00 %</b>	<b>0,64 %</b>	<b>0,00 %</b>	
	Μέτριο	Όχι	Ναι	Όχι	Όχι	Όχι	22
		Ναι	Όχι	Όχι	Όχι	Όχι	19
							<b>41</b>
		<b>6,09 %</b>	<b>7,05 %</b>	<b>0,00 %</b>	<b>0,00 %</b>	<b>0,00 %</b>	
Πολύ μεγάλο	Όχι	Ναι	Όχι	Όχι	Όχι	35	
	Ναι	Όχι	Όχι	Όχι	Όχι	12	
						<b>47</b>	
	<b>3,85 %</b>	<b>11,22 %</b>	<b>0,00 %</b>	<b>0,00 %</b>	<b>0,00 %</b>		
						<b>130</b>	
		<b>17,63 %</b>	<b>24,04 %</b>	<b>0,00 %</b>	<b>4,81 %</b>	<b>0,00 %</b>	
		<b>40,38 %</b>	<b>37,50 %</b>	<b>0,00 %</b>	<b>29,17 %</b>	<b>5,77 %</b>	
						<b>312</b>	

Συνδιάζοντας τον πίνακα 3.20. τον βαθμό χρησιμοποίησης των πειρατικών προϊόντων από το οικογενειακό και φιλικό περιβάλλον με την συχνότητα αγοράς δεν παρατηρούμε κάποια συσχέτιση τόσο σε άντρες όσο και σε γυναίκες. Έτσι όσοι αγοράζουν κατά συστηματικό ή σπάνιο τρόπο που είναι και οι δύο ακραίες κατηγορίες δεν επηρεάζονται σε σημαντικό βαθμό από το περιβάλλον τους ως προς την ποσότητα αγοράς. Συμπερασματικά επιρροή στην απόκτηση πειρατικών προϊόντων ασκεί το περιβάλλον ως προς την πράξη αυτή καθ'αυτή, χωρίς όμως να δίνει μέτρο της έντασης της.

Πίνακας 3.21.

Φύλο ερωτώμενου	Ποιάς τάξεως είναι το μηνιαίο εισόδημα (μισθός) ή/και το χαρτζιλίκι σας;	Πόσο συχνά αγοράζετε πειρατικά προϊόντα;					Συχνότητα	
		Σπάνια	Εάν τύχει	Όποτε μου ζητηθεί από γνωστό - φίλο	Όταν χρειαστώ κάτι	Συστηματικά		
Αντράς	0 έως 30.000 Δρχ	Όχι	Όχι	Όχι	Ναι	Όχι	5	
		Ναι	Όχι	Όχι	Όχι	Όχι	11	
							16	
			3,53 %	0,00 %	0,00 %	1,60 %	0,00 %	
	30.000 έως 50.000 Δρχ	Όχι	Όχι	Όχι	Ναι	Όχι	7	
		Ναι	Όχι	Όχι	Όχι	Όχι	11	
							18	
			3,53 %	0,00 %	0,00 %	2,24 %	0,00 %	
	50.000 έως 80.000 Δρχ	Όχι	Όχι	Όχι	Ναι	Όχι	2	
		Ναι	Ναι	Όχι	Ναι	Όχι	7	
							19	
			6,09 %	2,24 %	0,00 %	2,88 %	0,00 %	
	80.000 έως 100.000 Δρχ	Όχι	Ναι	Όχι	Όχι	Όχι	17	
								17
			0,00 %	5,45 %	0,00 %	0,00 %	0,00 %	
	100.000 έως 120.000 Δρχ	Όχι	Όχι	Όχι	Όχι	Ναι	14	
		Ναι	Όχι	Όχι	Όχι	Όχι	24	
							48	
			3,21 %	3,21 %	0,00 %	7,69 %	4,49 %	
	120.000 έως 150.000 Δρχ	Όχι	Ναι	Όχι	Όχι	Ναι	4	
Όχι		Ναι	Όχι	Ναι	Όχι	14		
						18		
		0,00 %	5,77 %	0,00 %	4,49 %	1,28 %		
150.000 έως 180.000 Δρχ	Όχι	Όχι	Όχι	Ναι	Όχι	17		
							17	
		0,00 %	0,00 %	0,00 %	5,45 %	0,00 %		
180.000 έως 220.000 Δρχ	Ναι	Όχι	Όχι	Όχι	Όχι	19		
							19	
		6,09 %	0,00 %	0,00 %	0,00 %	0,00 %		
Περισσότερα από 220.000 Δρχ	Όχι	Όχι	Όχι	Ναι	Όχι	1		
							1	
		0,00 %	0,00 %	0,00 %	0,32 %	0,00 %		
						182		
		22,44 %	16,67 %	0,00 %	24,68 %	5,77 %		
Γυναίκα	0 έως 30.000 Δρχ	Όχι	Ναι	Όχι	Όχι	Όχι	12	
								12
			0,00 %	3,85 %	0,00 %	0,00 %	0,00 %	
	30.000 έως 50.000 Δρχ	Όχι	Ναι	Όχι	Όχι	Όχι	9	
		Όχι	Ναι	Όχι	Ναι	Όχι	4	
							13	
			0,00 %	4,17 %	0,00 %	1,28 %	0,00 %	
	50.000 έως 80.000 Δρχ	Ναι	Όχι	Όχι	Όχι	Όχι	25	
								25
			8,01 %	0,00 %	0,00 %	0,00 %	0,00 %	
	80.000 έως 100.000 Δρχ	Ναι	Όχι	Όχι	Όχι	Όχι	9	
								9
			2,88 %	0,00 %	0,00 %	0,00 %	0,00 %	
	100.000 έως 120.000 Δρχ	Όχι	Ναι	Όχι	Όχι	Όχι	21	
		Όχι	Ναι	Όχι	Ναι	Όχι	5	
							7	
			2,24 %	8,33 %	0,00 %	1,60 %	0,00 %	
	120.000 έως 150.000 Δρχ	Ναι	Όχι	Όχι	Ναι	Όχι	8	
		Όχι	Ναι	Όχι	Ναι	Όχι	2	
							1	
		2,56 %	0,64 %	0,00 %	3,53 %	0,00 %		
150.000 έως 180.000 Δρχ	Όχι	Ναι	Όχι	Όχι	Όχι	10		
							10	
		0,00 %	3,21 %	0,00 %	0,00 %	0,00 %		
180.000 έως 220.000 Δρχ	Όχι	Ναι	Όχι	Όχι	Όχι	6		
	Ναι	Όχι	Όχι	Ναι	Όχι	2		
						8		
		0,64 %	1,92 %	0,00 %	0,64 %	0,00 %		
Περισσότερα από 220.000 Δρχ	Όχι	Όχι	Όχι	Ναι	Όχι	3		
	Όχι	Ναι	Όχι	Ναι	Όχι	2		
						4		
		1,28 %	0,64 %	0,00 %	2,88 %	0,00 %		
						130		
		17,63 %	22,76 %	0,00 %	9,94 %	0,00 %		
		40,06 %	39,42 %	0,00 %	34,62 %	5,77 %		
						312		

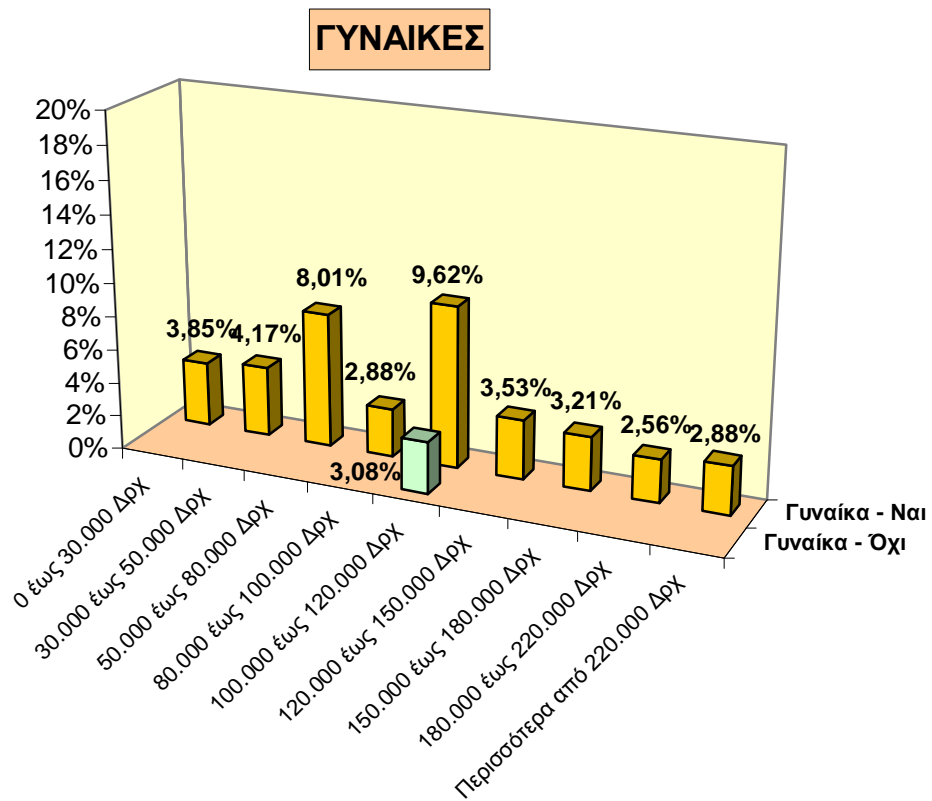
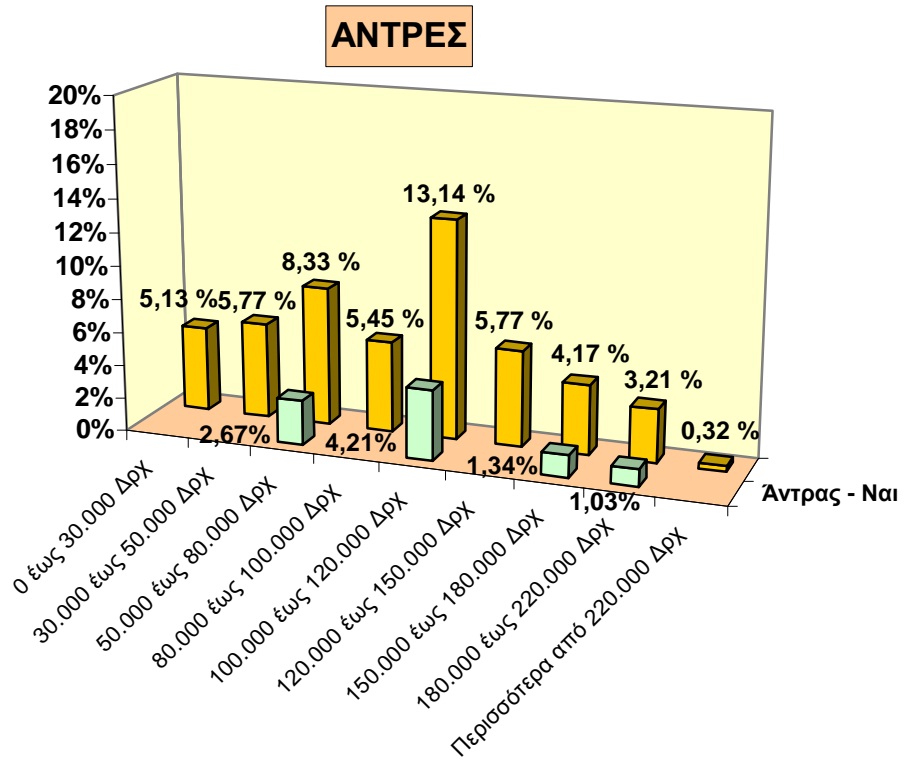
Η πλειοψηφία των αντρών με χαμηλότερα εισοδήματα αγοράζει σπάνια, ενώ άντρες μεσαίων εισοδημάτων αγοράζουν εάν τύχει και όταν χρειαστούν κάτι. Τέλος συστηματική αγορά πραγματοποιούν οι άντρες που έχουν εισόδημα από 100 έως 150 χιλιάδες δραχμές. Επίσης οι περισσότερες σπάνιες αγορές πραγματοποιούνται από γυναίκες χαμηλών εισοδημάτων. Τα ποσοστά των κατηγοριών "εάν τύχει" και "όταν χρειαστώ κάτι" είναι αναλογικά διασκορπισμένα στις διάφορες κατηγορίες εισοδήματος χωρίς να υπάρχει σαφής τάση, παρόλο που η πρώτη κατηγορία συνδέεται περισσότερο με το εισόδημα 100 έως 120 χιλιάδες δραχμών.

Πίνακας 3.22.

Φύλο ερωτούμενου	Η διαφορά που σας επηρεάζουν στην απόφαση αγοράς αυθεντικού ή αντιγραμμένου προϊόντος είναι πως τα αντιγραμμένα είναι φθηνότερα	Ποιάς τάξεως είναι το μηνιαίο εισόδημα (μισθός) ή/και το χαρτζιλίκι σας;	Συχνότητα	Ποσοστό
Αντρες	Όχι	50.000 έως 80.000 Δρχ	2	0,64 %
		100.000 έως 120.000 Δρχ	7	2,24 %
		150.000 έως 180.000 Δρχ	4	1,28 %
		180.000 έως 220.000 Δρχ	9	2,88 %
			<b>22</b>	<b>7,05 %</b>
	Ναι	0 έως 30.000 Δρχ	16	5,13 %
		30.000 έως 50.000 Δρχ	18	5,77 %
		50.000 έως 80.000 Δρχ	26	8,33 %
		80.000 έως 100.000 Δρχ	17	5,45 %
		100.000 έως 120.000 Δρχ	41	13,14 %
		120.000 έως 150.000 Δρχ	18	5,77 %
		150.000 έως 180.000 Δρχ	13	4,17 %
		180.000 έως 220.000 Δρχ	10	3,21 %
		Περισσότερα από 220.000 Δρχ	1	0,32 %
	<b>160</b>	<b>51,28 %</b>		
	<b>182</b>	<b>58,33 %</b>		
Γυναίκα	Ναι	0 έως 30.000 Δρχ	12	3,85 %
		30.000 έως 50.000 Δρχ	13	4,17 %
		50.000 έως 80.000 Δρχ	25	8,01 %
		80.000 έως 100.000 Δρχ	9	2,88 %
		100.000 έως 120.000 Δρχ	30	9,62 %
		120.000 έως 150.000 Δρχ	11	3,53 %
		150.000 έως 180.000 Δρχ	10	3,21 %
		180.000 έως 220.000 Δρχ	8	2,56 %
		Περισσότερα από 220.000 Δρχ	9	2,88 %
		<b>127</b>	<b>40,71 %</b>	
	Όχι	100.000 έως 120.000 Δρχ	3	0,96 %
		<b>3</b>	<b>0,96 %</b>	
	<b>130</b>	<b>41,67 %</b>		
	<b>312</b>	<b>100,00 %</b>		

Στον πίνακα 3.22. διασταυρώθηκε η χαμηλή τιμή, ως κριτήριο αγοράς παράνομου έναντι αυθεντικού προϊόντος, με τις διάφορες κατηγορίες εισοδημάτων. Παρατηρούμε πως η τιμή λαμβάνεται υπόψη από όλα τα εισοδήματα γεγονός το οποίο σημαίνει ότι και αυτοί που έχουν περισσότερα διαθέσιμα χρήματα επιλέγουν πειρατικά προϊόντα επειδή είναι φθηνότερα. Το φαινόμενο αυτό παρατηρείται και στους άντρες και στις γυναίκες.

Πίνακας 3.22.



Πίνακας 3.23.

Τι από τα παρακάτω θεωρείτε πως χαρακτηρίζει τη μουσική και ηλεκτρονική περπατεία;				Ποιές από τις παρακάτω συνέπειες ή αποτελέσματα θεωρείτε ότι έχει επιφέρει η περπατεία στην Ελλάδα;										Συχνότητα										
Η περπατεία σκοτώνει την μουσική	Η περπατεία είναι έγκλημα	Η περπατεία είναι δικαιολογημένη	Η περπατεία δε μπορεί να περιοριστεί σημαντικά	Τίποτα από τα παραπάνω	Ανεργία στον κλάδο της μουσικής βιομηχανίας	Πλήγμα στους καλλιτέχνες	Πλήγμα στη μουσική βιομηχανία	Απελευθέρωση ηλεκτρονικού εμπορίου μέσω internet και ανηγραφή CD καθώς και μεγαλύτερη δυνατότητα πρόσβασης	Λήψη αυστηρότερων μέτρων καταπολέμησης από την πολιτεία	Μεγαλύτερες προσφορές από μουσικά καταστήματα	Απεριόριστες επιλογές μουσικών CD, DVD, προγραμμάτων και παιχνιδιών για όλους	Μείωση τιμών στα αυθεντικά CD	Θέσπιση μεγαλύτερων δικλίδων ασφαλείας από τις εταιρείες		Κάτι άλλο									
Οχι	Οχι	Οχι	Ναι	Οχι	Οχι	Οχι	Οχι	Οχι	Οχι	Ναι	Οχι	Οχι	Οχι	Οχι	13									
					Οχι	Οχι	Οχι	Ναι	Οχι	Οχι	Οχι	Οχι	Οχι	Οχι	12									
					Οχι	Ναι	Ναι	Ναι	Οχι	Οχι	Οχι	Οχι	Οχι	Οχι	8									
														33										
														33										
														0,00 %	2,56 %	2,56 %	6,41 %	0,00 %	4,17 %	8,01 %	0,00 %	0,00 %	0,00 %	
				Οχι	Οχι	Οχι	Οχι	Οχι	Οχι	Οχι	Οχι	Οχι	Οχι	Οχι	Οχι	Οχι	Ναι	Οχι	12					
									Οχι	Οχι	Οχι	Ναι	Οχι	Οχι	Οχι	Οχι	Οχι	Οχι	Οχι	16				
									Οχι	Οχι	Οχι	Ναι	Οχι	Οχι	Οχι	Οχι	Οχι	Οχι	Ναι	14				
									Οχι	Οχι	Οχι	Ναι	Οχι	Οχι	Ναι	Οχι	Οχι	Οχι	Οχι	37				
Οχι	Οχι	Οχι	Ναι						Οχι	Οχι	Ναι	Οχι	Ναι	Οχι	Οχι	21								
Οχι	Οχι	Ναι	Οχι						Οχι	Οχι	Οχι	Οχι	Οχι	Οχι	Ναι	16								
Οχι	Ναι	Ναι	Ναι						Οχι	Οχι	Οχι	Οχι	Ναι	Οχι	Οχι	9								
Ναι	Ναι	Ναι	Ναι						Ναι	Ναι	Ναι	Ναι	Ναι	Ναι	Οχι	17								
										142														
										142														
										5,45 %	8,33 %	13,46 %	36,54 %	5,45 %	12,18 %	20,19 %	12,18 %	9,29 %	9,62 %					
Οχι	Οχι	Ναι	Ναι	Οχι	Οχι	Οχι	Οχι	Οχι	Οχι	Οχι	Ναι	Οχι	Οχι	Οχι	12									
					Οχι	Οχι	Οχι	Ναι	Οχι	Οχι	Ναι	Οχι	Οχι	Οχι	Οχι	14								
					Οχι	Οχι	Οχι	Ναι	Οχι	Οχι	Ναι	Οχι	Οχι	Ναι	Ναι	13								
					Οχι	Οχι	Ναι	Ναι	Οχι	Οχι	Οχι	Οχι	Οχι	Ναι	Ναι	12								
					Οχι	Ναι	Ναι	Ναι	Οχι	Οχι	Ναι	Οχι	Ναι	Οχι	Οχι	11								
					Ναι	Οχι	Οχι	Ναι	Οχι	Οχι	Ναι	Ναι	Οχι	Ναι	Οχι	18								
					Ναι	Ναι	Ναι	Οχι	Οχι	Οχι	Οχι	Οχι	Ναι	Οχι	Οχι	10								
					Ναι	Ναι	Ναι	Ναι	Ναι	Ναι	Ναι	Ναι	Ναι	Οχι	Ναι	Οχι	13							
										103														
										103														
										13,14 %	10,90 %	14,74 %	25,96 %	4,17 %	9,94 %	25,96 %	3,21 %	21,47 %	3,85 %					
										245														
										18,59 %	19,23 %	28,21 %	62,50 %	9,62 %	22,12 %	46,15 %	15,38 %	30,77 %	13,46 %					
										278														
										18,59 %	21,79 %	30,77 %	68,91 %	9,62 %	26,28 %	54,17 %	15,38 %	30,77 %	13,46 %					
Ναι	Οχι	Οχι	Οχι	Οχι	Οχι	Οχι	Οχι	Οχι	Ναι	Οχι	Οχι	Οχι	Οχι	Οχι	11									
															11									
															11									
					Ναι	Ναι	Ναι	Οχι	0,00 %	0,00 %	0,00 %	0,00 %	3,53 %	0,00 %	0,00 %	0,00 %	0,00 %	0,00 %	11					
									Οχι	Ναι	Ναι	Ναι	Οχι	Ναι	Ναι	Οχι	Ναι	Οχι	Οχι	11				
															11									
															11									
															0,00 %	3,53 %	3,53 %	3,53 %	0,00 %	3,53 %	3,53 %	0,00 %	3,53 %	0,00 %
															22									
															0,00 %	3,53 %	3,53 %	3,53 %	3,53 %	3,53 %	3,53 %	0,00 %	3,53 %	0,00 %
										300														
										18,59 %	25,32 %	34,29 %	72,44 %	13,14 %	29,81 %	57,69 %	15,38 %	34,29 %	13,46 %					
Ναι	Οχι	Οχι	Οχι	Οχι	Ναι	Οχι	Ναι	Οχι	Οχι	Οχι	Οχι	Ναι	Οχι	Οχι	12									
															12									
															12									
															12									
															3,85 %	0,00 %	3,85 %	0,00 %	0,00 %	0,00 %	0,00 %	3,85 %	0,00 %	0,00 %
															12									
										3,85 %	0,00 %	3,85 %	0,00 %	0,00 %	0,00 %	0,00 %	3,85 %	0,00 %	0,00 %					
										22,44 %	25,32 %	38,14 %	72,44 %	13,14 %	29,81 %	57,69 %	19,23 %	34,29 %	13,46 %					
										312														

Στον πίνακα 3.23, επιχειρείται η διασαύρωση των προσωπικών απόψεων των φοιτητών για το φαινόμενο της περπατείας με τις συνέπειες και τα αποτελέσματα που θεωρούν ότι έχει επιφέρει αυτή στην Ελλάδα. Όσοι θεωρούν ότι δεν μπορεί να περιοριστεί σημαντικά έχουν παρατηρήσει κυρίως θετικά αποτελέσματα. Όσοι την θεωρούν δικαιολογημένη έχουν επισημάνει τα ίδια θετικά αποτελέσματα με μεγαλύτερη ένταση. Όσοι συμφωνούν και με τις δύο παραπάνω απόψεις εμφανίζουν υψηλά ποσοστά, εκτός από την απελευθέρωση του ηλεκτρονικού εμπορίου και τις απεριόριστες επιλογές για όλους στην θέσπιση μεγαλύτερων δικλίδων ασφαλείας από τις εταιρείες. Γενικότερα όσοι πιστεύουν ότι η περπατεία δεν σκοτώνει την μουσική και δεν είναι έγκλημα ανεξάρτητα από το εάν την θεωρούν δικαιολογημένη ή μη δεν την εκλαμβάνουν ως αρνητικό φαινόμενο. Οι φοιτητές στο σύνολο τους υποστήριξαν, πως η μουσική βιομηχανία έχει υποστεί πλήγμα (38,14%), όπως και οι καλλιτέχνες (25,32%) και υπογράμμισαν το πρόβλημα της ανεργίας (22,44%). Έτσι αιτιολογούν και την θέσπιση μεγαλύτερων δικλίδων ασφαλείας από τις εταιρείες (34,29%). Σε αυτά τα ποσοστά συνέβαλαν σημαντικά όσοι δήλωσαν ότι η περπατεία είναι έγκλημα, ότι σκοτώνει την μουσική ή και τα δύο. Παρόλα αυτά το 29,81% παρατήρησε ότι τα μουσικά καταστήματα κάνουν πλέον μεγαλύτερες προσφορές ποσοστό το οποίο προέρχεται κυρίως από αυτούς που θεωρούν την περπατεία δικαιολογημένη.

## ΑΝΑΦΟΡΕΣ ΑΡΘΡΟΓΡΑΦΙΑΣ ΚΑΙ ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑΣ

1. **ΗΜΕΡΗΣΙΑ**, 31/08/02 , ‘Παγκόσμιος πόλεμος κατά των πειρατών της δισκογραφίας’
2. **ΗΜΕΡΗΣΙΑ**, 28/08/02 , ‘Πειρατές και internet πλήττουν τις πωλήσεις CD στις ΗΠΑ’
3. **ΠΑΡΑΣΚΕΥΗ 21 ΙΟΥΛ 2000 18:26 news.in.gr/Reuters** ,  
‘Αντιπειρατικό «πόλεμο» κατά πάντων κηρύττει η Sega για το Dreamcast.’
4. **Τράπεζα πληροφοριών ΤΕΕ** , τεύχος 2068 27/09/1999, ‘Νομικό πλαίσιο πνευματικής ιδιοκτησίας’
5. **ΕΛΕΥΘΕΡΟΤΥΠΙΑ** - 29/01/2003 , ‘Ευρωπαϊκή εκστρατεία κατά πειρατικών CD’
6. **ΕΛΕΥΘΕΡΟΤΥΠΙΑ** - 17/06/2002 , ‘Αντιρατσισμός, αλλά...’
7. **ΕΛΕΥΘΕΡΟΤΥΠΙΑ** - 02/10/2002 , ‘Για την τιμή των CD’ , ΔΗΜΗΤΡΗΣ ΚΑΝΕΛΛΟΠΟΥΛΟΣ
8. **ΕΛΕΥΘΕΡΟΤΥΠΙΑ** - 25/01/2002 , ‘Πειρατικά τα μισά CD’
9. **ΕΛΕΥΘΕΡΟΤΥΠΙΑ** - 30/08/2002 , ‘Μηδαμινή η πάταξη της cd-πειρατείας’, ΒΑΣΙΛΗΣ ΡΟΥΒΑΛΗΣ
10. **ΕΛΕΥΘΕΡΟΤΥΠΙΑ** - 08/08/2002 , ‘Πρόσωπα & Προσωπεία’ , ΧΡΗΣΤΟΣ ΜΙΧΑΗΛΙΔΗΣ
11. **ΕΛΕΥΘΕΡΟΤΥΠΙΑ** - 20/06/2001 , ‘Στην πυρά 400.000 cd πειρατικά’
12. **ΕΛΕΥΘΕΡΟΤΥΠΙΑ** - 21/03/2002 , ‘Είμαστε και οι πρώτοι πειρατές!’
13. **ΤΟ ΒΗΜΑ** , 18-06-2000 Κωδικός άρθρου: B12966D252 ,  
‘Η πειρατεία στο internet πληγή της μουσικής βιομηχανίας’
14. **ΤΟ ΒΗΜΑ** , 27-02-2000 Κωδικός άρθρου: B12859C141 , ‘Πειρατεία, ο εφιάλης της δισκογραφίας’
15. **ΓΙΩΡΓΟΣ ΑΝΑΓΝΩΣΤΟΠΟΥΛΟΣ** <http://www.GeorgeIsYourMan.com>
15. **ΝΑΥΤΕΜΠΟΡΙΚΗ** Δευτέρα, 20 Ιανουαρίου 2003, ‘Τέλος στην παράνομη αντιγραφή από CD’
16. **ΝΑΥΤΕΜΠΟΡΙΚΗ** Τετάρτη, 29 Ιανουαρίου 2003 07:00 , ‘Παράνομη ανταλλαγή μουσικών αρχείων’
17. **ΤΑ ΝΕΑ** , 01-04-2002 , Σελ.: P21 Κωδικός άρθρου: A17301P211 ,  
‘Πέφτουν, πέφτουν οι πωλήσεις CD’ , ΧΑΡΗΣ ΠΟΝΤΙΔΗΣ
18. **ΕΛΕΥΘΕΡΟΤΥΠΙΑ** – 27/01/2003 ,  
‘Νορβηγικό δικαστήριο επιβάλλει πρόστιμο σε φοιτητή για μουσική πειρατεία’
19. <http://www.ifpi.gr>, ‘Το διεθνές νομικό πλαίσιο για την καταπολέμηση της πειρατείας’
20. <http://www.ifpi.gr>, ‘Δίωξη της ηλεκτρονικής πειρατείας’
21. <http://www.ifpi.gr>, ‘Έννοια της πειρατείας’

22. ΠΕΜΠΤΗ 12/07/2002, news.in.gr, 'Εξαρση της πειρατείας των DVD'
23. ΤΑ ΝΕΑ , 29/01/2003 , 'Καζαα κατά μεγάλων δισκογραφικών και κινηματογραφικών εταιρειών'
24. ΕΦΗΜΕΡΙΔΑ ΤΗΣ ΚΥΒΕΡΝΗΣΗΣ , 4/03/1993 , 'ΝΟΜΟΣ ΥΠ' ΑΡΙΘΜΟΝ 2121'
25. <http://www.ifpi.gr>, 'Η πειρατεία στο internet'
26. ΤΟ ΒΗΜΑ, 29/01/2003,  
'Net café χάνει σε διαφορά που αφορούσε σε «κατέβασμα» μουσικής από το διαδίκτυο'
27. <http://www.ifpi.gr>, 'Τα χαρακτηριστικά των CD. Διαχωρισμός πλαστών και γνήσιων'
28. ΕΛΕΥΘΕΡΟΤΥΠΙΑ - 17/06/2002, '26.000 πλαστά CD'
30. Κουρεμένος Γ. Αθανάσιος , Σημειώσεις για το μάθημα 'μέθοδοι έρευνας αγοράς μάρκετινγκ', 1996
31. Πετράκης Μιχάλης , 'Έρευνα Μάρκετινγκ' , Εκδόσεις Σταμούλη 1999
32. Σταθακόπουλος Βλάσης , 'Μέθοδοι έρευνας αγοράς' , Εκδόσεις Σταμούλη 2001
33. Hy Mariampolski , 'Qualitative Market Research' , Sage Publications Ltd 2001
34. William Zikmund , 'Exploring Market Research' , Thomson Learning 1999
35. Burns, 'Marketing Research & SPSS 11.00 4ED' , Prentish Hall 2003
36. Churchill, 'Basic Marketing research' 4<sup>th</sup> ed , Thomson Learning 2000
37. Gianluca Fiorentini , 'The economics of Corruption and illegal Markets' , Edward Elgar Publishing Limited 1999

