



ΠΑΝΕΠΙΣΤΗΜΙΟ ΠΕΙΡΑΙΩΣ
ΤΜΗΜΑ ΨΗΦΙΑΚΩΝ ΣΥΣΤΗΜΑΤΩΝ
Πρόγραμμα Μεταπτυχιακών Σπουδών
«ΔΙΚΑΙΟ ΚΑΙ ΤΕΧΝΟΛΟΓΙΕΣ ΠΛΗΡΟΦΟΡΙΚΗΣ ΚΑΙ ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΩΝ»

Ακαδημαϊκό έτος 2022-2023

ΜΕΤΑΠΤΥΧΙΑΚΗ ΔΙΠΛΩΜΑΤΙΚΗ ΕΡΓΑΣΙΑ
της Χρυσούλας Συνιόλα (Α.Μ.: ΜΔΙ2243)

Μουσικές Πλατφόρμες Streaming και Πνευματική Ιδιοκτησία

Επιβλέπουσα:

κα. Μαρίνα Μαρκέλλου

Πειραιάς, Αύγουστος 2024



UNIVERSITY OF PIRAEUS

DEPARTMENT OF DIGITAL SYSTEMS

Postgraduate Programme

«LAW AND INFORMATION & COMMUNICATION TECHNOLOGIES»

Academic year 2022-2023

MSc THESIS

Chrysoula Syniola

Music Streaming Platforms and Intellectual Property Law

Supervisor:

Marina Markelou

Piraeus, August 2024

Πίνακας περιεχομένων

Περίληψη	5
Abstract.....	5
Εισαγωγή	6
I. Μουσική Βιομηχανία.....	7
1. Η Ιστορία της Μουσικής Βιομηχανίας.....	7
1.1 Φυσικό μέσο.....	7
1.2 Ψηφιακό Μέσο.....	8
2. Το Οικοσύστημα της Μουσικής Βιομηχανίας.....	11
2.1 Νομικό Πλαίσιο	13
2.2 Αδειοδότηση μουσικής	16
2.3 Η αλυσίδα αξίας του μουσικού streaming	18
II. Streaming	26
1. Η Ιστορία του Streaming	26
2. Ορισμός του Streaming.....	30
3. Κατηγορίες Streaming	31
3.1 Streaming επαγγελματικού περιεχομένου και περιεχομένου παραγόμενο από τους χρήστες.....	31
3.2 Νόμιμο και πειρατικό streaming.....	32
3.3 Streaming σε ζωντανή μετάδοση και κατά παραγγελία	33
3.4 Streaming στοχευμένο και πολλαπλών χρήσεων	33
3.5 Streaming που απευθύνεται σε συγκεκριμένο και γενικό κοινό	34
4. Οι μουσικές πλατφόρμες streaming.....	35
4.1 Μουσικές υπηρεσίες streaming με εμπορικό περιεχόμενο	35
4.2 Μουσικές υπηρεσίες streaming με περιεχόμενο μεταφορτωμένο από του χρήστες (user-uploaded content)	36
5. Το Streaming υπό το πρίσμα του δικαίου	37
III. Value Gap: το χρόνιο ζήτημα της αμοιβής των δημιουργών	38
1. Το φαινόμενο “Value Gap”	38
2. Οι ασφαλείς λιμένες.....	40
2.1 Διατάξεις ασφαλούς λιμένα στις ΗΠΑ.....	40
2.2 Διατάξεις ασφαλούς λιμένα στην Ευρώπη.....	42
3. Κριτική θεώρηση του φαινομένου.....	43
IV. Η νέα ευθύνη των παρόχων (άρθρο 17 της Οδηγίας 2019/790).....	44

1. Εισαγωγικά.....	44
2.1 Η νέα ευθύνη των παρόχων	45
2.2 Απαλλαγή από την ευθύνη των παρόχων	46
2.2.1 Κάθε δυνατή προσπάθεια για λήψη άδειας.....	47
2.2.2 Κάθε δυνατή προσπάθεια για διασφάλιση έλλειψης διαθεσιμότητας του περιεχομένου	47
2.2.3 Κατασταλτικός και προληπτικός μηχανισμός	48
2.3 Ερμηνευτικά-δογματικά ζητήματα του ά. 17.....	48
2.4 Ζητήματα πρακτικής εφαρμογής του ά. 17.....	50
3. Κριτική θεώρηση της διάταξης	51
4. Η ευθύνη της Οδηγίας 2019/790 σε σχέση με την ευθύνη του Κανονισμού DSA	52
Επίλογος	54
Βιβλιογραφία	57

Περίληψη

Η ραγδαία ανάπτυξη των κοινωνικών μέσων και των υπηρεσιών streaming δημιούργησε τις δύο τελευταίες δεκαετίες προβληματισμούς για τη δίκαιη και βιώσιμη ανάπτυξη των πολιτιστικών και δημιουργικών βιομηχανιών, ειδικά για αυτήν της μουσικής. Παρά τις πολύτιμες δυνατότητες που προσφέρουν οι πλατφόρμες στους κατόχους δικαιωμάτων να κερδίζουν έσοδα, δημιουργοί και ερμηνευτές εξέφρασαν επανειλημμένα αμφιβολίες για την κατανομή των κερδών, ενώ υποστηρίχθηκε ότι η αξία των έργων τους υποβαθμίζεται σε μια οικονομία που κυριαρχείται από αυτές. Αυτό οδήγησε σε σημαντικές νομικές μεταρρυθμίσεις στην Ευρώπη, με στόχο την προστασία των δικαιωμάτων και την εξασφάλιση δίκαιων αμοιβών, όπως η Οδηγία 2019/790.

Στην παρούσα διπλωματική εργασία επιχειρείται ο εντοπισμός του χρόνιου προβλήματος της αμοιβής των δημιουργών από τις ψηφιακές υπηρεσίες streaming, καθώς και η διερεύνηση επίλυσής του μέσω του άρθρου 17 της Οδηγίας 790/2019. Πιο συγκεκριμένα, στο Κεφάλαιο I γίνεται μια σύντομη αναφορά στην ιστορία της μουσικής βιομηχανίας και μια προσπάθεια χαρτογράφησης του συγκεκριμένου οικοσυστήματος με βάση τους κεντρικούς παίχτες, τα πνευματικά τους δικαιώματα και τις μεταξύ τους σχέσεις. Στο επόμενο Κεφάλαιο (II) αναλύεται ο όρος «streaming», οι διάφορες κατηγορίες με τις οποίες εμφανίζεται σήμερα, ενώ δίνεται έμφαση στο μουσικό streaming. Ακολουθεί (Κεφάλαιο III) η επεξήγηση του φαινομένου κενού αξίας (value gap), η αναζήτηση της ρίζας του προβλήματος και μια κριτική θεώρησή του. Τέλος (Κεφάλαιο IV), αναλύεται ενδελεχώς το πολυσυζητημένο άρθρο 17 της Οδηγίας 790/2019, το οποίο θεσμοθετήθηκε μετά από επάλληλες διαβουλεύσεις για να εξισορροπήσει την ανισότητα που έχει προκληθεί ανάμεσα στα κέρδη των υπηρεσιών streaming και των αμοιβών που λάμβαναν οι δημιουργοί και οι ερμηνευτές.

Abstract

The rapid growth of social media and streaming services over the past two decades has raised concerns about the fair and sustainable development of the cultural and creative industries, particularly the music industry. Despite the valuable opportunities that platforms offer to rights holders to generate revenue, creators and performers have repeatedly expressed doubts about the distribution of profits, arguing that the value of their works is being diminished in an economy dominated by these platforms. This led to significant legal reforms in Europe aimed at protecting rights and ensuring fair compensation, such as Directive 2019/790.

This thesis aims to identify the long-standing issue of creators' compensation from digital streaming services and explore its resolution through Article 17 of Directive 2019/790. Specifically, Chapter I provides a brief overview of the history of the music industry and attempts to map this ecosystem based on the key players, their intellectual property rights, and the relationships between them. The next chapter (II) analyzes the term "streaming," the various categories in which it appears today, with a focus on music streaming. Chapter III follows with an explanation of the value gap phenomenon, an exploration of its root causes, and a critical examination of the issue. Finally, Chapter IV provides an in-depth analysis of the much-discussed Article 17 of Directive 2019/790, which was enacted after extensive consultations to balance the

inequality between the profits of streaming services and the compensation received by creators and performers.

Εισαγωγή

Η εκθετική ανάπτυξη των κοινωνικών μέσων και των υπηρεσιών streaming, καθώς και η ταχύτητα αυξανόμενη επιρροή των αλγορίθμων και των υποδομών δεδομένων τους, εγείρουν ανοιχτά ερωτήματα σχετικά με το αν η σημερινή ψηφιακή οικονομία μπορεί να επιτρέψει στις πολιτιστικές και δημιουργικές βιομηχανίες, και ιδιαίτερα στο οικοσύστημα της μουσικής, να αναπτυχθούν με δίκαιο και βιώσιμο τρόπο, τουλάχιστον για τους περισσότερους δημιουργούς και ερμηνευτές. Η ψηφιακή επανάσταση δεν κατάφερε μόνο να απλοποιήσει τη διάδοση περιεχομένου, αλλά και να κλιμακώσει την παραγωγή του, φτάνοντας σε πρωτοφανή επίπεδα. Οι ψηφιακές τεχνολογίες διεύρυναν την έννοια της «δημιουργίας» αυτής καθαυτής, η οποία περιλαμβάνει από τα παραδοσιακά έργα συνθετών, ερμηνευτών, δισκογραφικών εταιρειών και ραδιοτηλεοπτικών σταθμών μέχρι τις νέες μορφές μουσικής και δημιουργικότητας που βασίζεται στη μουσική, τις οποίες επέτρεψαν τα ψηφιακά περιβάλλοντα, τα κοινωνικά μέσα και η τεχνητή νοημοσύνη (AI).

Με αυτά πλέον τα δεδομένα, η εμπορική δύναμη ορισμένων πολύ μεγάλων εταιρειών τεχνολογίας αυξήθηκε σημαντικά. Αυτές οι εταιρείες μπορούν να ταυτιστούν, τουλάχιστον εν μέρει, με τους ιδιοκτήτες των 'πολύ μεγάλων διαδικτυακών πλατφορμών' (VLOPs) σύμφωνα με το Άρθρο 33 του Κανονισμού Digital Services Act (DSA) και με τους παρόχους βασικών υπηρεσιών πλατφόρμας σύμφωνα με την έννοια που ενσωματώνεται στον Κανονισμό Digital Markets Act (DMA). Η δυνατότητα αυτών των εταιρειών να ελέγχουν την πρόσβαση σε πρωτοφανείς όγκους δημιουργικών έργων, αλλά και η ικανότητα των δημιουργών να φτάνουν και να αναπτύσσουν δυνητικά ακροατήρια, εγείρει υπαρκτά ερωτήματα για τους ευρωπαϊούς νομοθέτες και τις πολιτιστικές και δημιουργικές βιομηχανίες. Από τη μία πλευρά, οι πλατφόρμες έχουν ουσιαστικά επιτρέψει νέες μορφές μουσικής παραγωγής που ενδυναμώνουν ερασιτέχνες καλλιτέχνες στην αρχή της καριέρας τους ή περιθωριοποιημένες κατηγορίες δημιουργών να αποκτήσουν διαδικτυακή έκθεση και τελικά να καθιερωθούν ως επαγγελματίες της μουσικής. Από την άλλη πλευρά, αυτές οι επιχειρήσεις που βασίζονται κυρίως σε αλγορίθμους φαίνεται να έχουν προκαλέσει σημαντική φτωχοποίηση των δημιουργών, ειδικά εκείνων με ρεπερτόρια που ανήκουν σε περιθωριακά είδη, τα οποία «τιμωρούνται» από τη λογική των φίλτρων και των συστημάτων προτάσεων.

Η μουσική βιομηχανία, περισσότερο από άλλους τομείς, έχει υποστεί ριζικές αλλαγές τις τελευταίες δύο δεκαετίες. Οι αλλαγές αυτές ήταν (και είναι) πολύ δύσκολο να εμποδιστούν εξαιτίας του ακραίου κατακερματισμού των δικαιωμάτων, των επιχειρηματικών συμφερόντων και των καλλιτεχνικών προνομίων που χαρακτηρίζουν τις σχετικές δημιουργικές κοινότητες.

Όταν το διαδίκτυο εμφανίστηκε στα μέσα της δεκαετίας του 1990, το λογισμικό διαμοιρασμού αρχείων επέτρεψε στους χρήστες να έχουν πρόσβαση και να ανταλλάσσουν μουσική ελεύθερα, απειλώντας τη μουσική βιομηχανία με την αντικατάσταση των έως τότε

χρησιμοποιούμενων φυσικών μέσων ενσωμάτωσης μουσικής. Από τις αρχές της δεκαετίας του 2000, οι ιδιόκτητες διαδικτυακές πλατφόρμες άλλαξαν τη διανομή περιεχομένου, καθιστώντας τη μουσική πανταχού παρούσα στο διαδίκτυο. Η βελτιωμένη υποδομή του διαδικτύου επέτρεψε σε υπηρεσίες όπως το iTunes της Apple να προωθήσουν τη ψηφιακή μουσική στην αγορά. Αργότερα, οι υπηρεσίες streaming όπως το Spotify και το Deezer και οι κοινωνικές πλατφόρμες όπως το YouTube μετέτρεψαν την κατανάλωση καθιστώντας πλέον δυνατό να γίνεται λόγος για πρόσβαση και όχι ιδιοκτησία της μουσικής.

Αυτό το περιβάλλον, με επίκεντρο τις πλατφόρμες, έχει επιτρέψει στους κατόχους δικαιωμάτων μουσικής να αδειοδοτούν τα έργα τους και να κερδίζουν αμοιβές από τις τεχνολογικές εταιρείες που εκμεταλλεύονται τη μουσική τους. Παρόλες αυτές τις εξελίξεις, οι κοινότητες των κατόχων δικαιωμάτων μουσικής υποστηρίζουν όχι μόνο ότι η αξία των έργων τους έχει διαταραχθεί από μια οικονομία που κυριαρχείται από πλατφόρμες, αλλά και ότι έχει θεμελιωθεί ένα «χάσμα αξίας» μεταξύ της αμοιβής που κερδίζουν από τις υπηρεσίες μουσικού streaming και τις πλατφόρμες κοινωνικών μέσων. Έτσι, σε ενωσιακό επίπεδο, έλαβαν χώρα σημαντικές μεταρρυθμίσεις των νομικών και ρυθμιστικών πλαισίων που στοχεύουν στη διακυβέρνηση και τη διαμόρφωση των ευρωπαϊκών μουσικών οικοσυστημάτων. Μια από τις σημαντικότερες προσαρμογές ενσωματώνεται στην Οδηγία 2019/790.

I. Μουσική Βιομηχανία

1. Η Ιστορία της Μουσικής Βιομηχανίας

Ένας τρόπος να αφηγηθεί κανείς την ιστορία της μουσικής βιομηχανίας σε μία περίοδο 40 ετών είναι να την αντιληφθεί ως μια διαδικασία «στρωματογραφικής» εξέλιξης¹, βασισμένη γύρω από τη μεταβολή των φορμάτ - μέσων μετάδοσης και παρουσίασης της στο κοινό².

1.1 Φυσικό μέσο

Στην αρχή, ο μόνος τρόπος για έναν καλλιτέχνη να παρουσιάσει στο κοινό τη μουσική του ήταν να την εκτελεί ζωντανά μπροστά σε κοινό³. Με αυτόν τον τρόπο οι καλλιτέχνες παρουσίαζαν και έδιναν πρόσβαση στη μουσική τους. Φυσικά, αυτή η μέθοδος παρουσίασης στο κοινό ήταν γεωγραφικά περιορισμένη. Ωστόσο, έτσι εξηγείται πώς πολλά τραγούδια και είδη μουσικής ρίζωσαν στον πολιτισμό ενός κράτους ή μιας ομάδας, αφού ήταν η μοναδική μουσική που είχαν στη διάθεσή τους, χωρίς νέα ακούσματα και επιρροές.

Αυτό άλλαξε όταν εμφανίστηκε η δυνατότητα εκτύπωσης μουσικής. Η δυνατότητα εκτύπωσης παρτιτούρας έφερε επανάσταση στη διάδοση της μουσικής, επεκτείνοντας τη διαθεσιμότητα και την πρόσβαση σε διάφορα είδη. Επιπλέον, αυτή ήταν η πρώτη φορά στην

¹ Μεταφορική χρήση της θεμελιώδους επιστήμης της στρωματογραφίας, του κλάδου της Γεωλογίας που αφορά την μελέτη των διαδοχών των πετρωμάτων και τη συσχέτιση γεωλογικών γεγονότων και διαδικασιών με τον χρόνο και τον χώρο. (βλ. E. Koutsoukos, *Stratigraphy: Evolution of a Concept*, 2005, Applied Stratigraphy, Volume 23: Topics in Geobiology, page 3)

² A. Watson & A. Leyshon, *Negotiating platformisation: MusicTech, intellectual property rights and third wave platform reintermediation in the music industry*, 2022, Journal of Cultural Economy, page 329

³ T. Taylor, M. Katz and T. Grajeda, *Music, Sound, and Technology in America. A documentary History of Early Phonograph, Cinema, and Radio*, Duke University Press Durham and London, 2012, page 3

ιστορία που τα τραγούδια μπορούσαν να έχουν ακριβή αντίγραφα και οι μουσικοί μπορούσαν να παίζουν μουσική άλλων καλλιτεχνών χωρίς να χρειάζεται να την απομνημονεύσουν εξ ακοής. Όσο εκθετικά κι αν επιτάχυνε η δυνατότητα εκτύπωσης παρτιτούρων την παρουσίαση της μουσικής στο κοινό, αυτή παρέμενε περιορισμένη. Τα χειρόγραφα δεν μπορούσαν να χρησιμεύσουν σε εκείνους που δεν μπορούσαν να παίξουν ένα μουσικό όργανο, και έτσι η διαδικασία παρουσίασης της μουσικής παρέμενε ακόμη περιορισμένη στις ζωντανές εκτελέσεις.

Το 1877, αυτός ο περιορισμός καταρρίφθηκε. Ο Τόμας Έντισον εφεύρε τον φωνογράφο, ο οποίος επέτρεπε την εγγραφή και την αναπαραγωγή ήχου χρησιμοποιώντας κυλίνδρους⁴. Στη συνέχεια, ο Αλεξάντερ Γκράχαμ Μπελ πρόσθεσε κερύ στην εφεύρεση του Έντισον και επέτρεψε την εγγραφή των ηχητικών κυμάτων⁵. Δέκα χρόνια μετά, ο Εμίλ Μπερλίνορ έθεσε τα θεμέλια για το σύγχρονο πικ-απ με το εφευρετικό του γραμμόφωνο, που ερμήνευε τα αυλάκια σε λάστιχα δίσκων (προκάτοχος του σύγχρονου βινυλίου) και αναπαρήγαγε τους ήχους με ένα στυλό που συνδεόταν με τα αυλάκια⁶. Αυτή η καινοτομία εξέλιξη κατέριψε το εμπόδιο της ανάγκης ύπαρξης μουσικού ταλέντου ώστε να πραγματοποιείται η διάδοση της μουσικής.

Ακόμη, η μαζική παραγωγή αυτών των δίσκων επέτρεψε την αντιγραφή και συνεπώς την εισχώρησή τους στα σπίτια πολλών των ανθρώπων. Ωστόσο, το πικάπ, απαραίτητο ακόμη για να ακούσει κάποιος μουσική, ήταν ένα μηχάνημα ογκώδες και δαπανηρό. Ο πιο οικονομικά συμφέρων τρόπος να ακούσει κανείς μουσική την εποχή αυτή ήταν το ραδιόφωνο, αλλά ο έλεγχος του τι άκουγε περιοριζόταν σε κάθε σταθμό. Οι κασέτες και οι συμπαγείς δίσκοι (CD) επέκτειναν περαιτέρω την πρόσβαση στη μουσική από το 1960 ως το 1980, και το μικρό τους μέγεθος έκανε τη μαζική παραγωγή πιο αποδοτική. Με τη δημιουργία του Walkman και των φορητών CD players, η φορητότητα έγινε σημαντικός παράγοντας στη διανομή. Αυτό το πρότυπο κατέληξε σε μια μετάβαση από τα φυσικά μέσα στον ψηφιακό κόσμο.

1.2 Ψηφιακό Μέσο

Η εφεύρεση και η μαζική παραγωγή υπολογιστών τη δεκαετία του 1990 επηρέασαν σχεδόν κάθε βιομηχανία, και η μουσική βιομηχανία δεν αποτέλεσε εξαίρεση. Οι συσκευές εγγραφής CD, τα αρχεία mp3 και το διαδίκτυο συνέβαλαν στην δημιουργία ενός ψηφιακού δικτύου διανομής μουσικής, με ελάχιστη απώλεια ποιότητας ήχου. Η παραγωγή και διακίνηση αυτών των αρχείων μέσω του διαδικτύου ήταν πιο φθηνή, γρήγορη και εύκολη από τα φυσικά μέσα, και σχεδόν άμεση.

⁴ *History of the Cylinder Phonograph*, Collection: Inventing Entertainment: The Early Motion Pictures and Sound Recordings of the Edison Companies, Library of Congress, <https://www.loc.gov/collections/edison-company-motion-pictures-and-sound-recordings/articles-and-essays/history-of-edison-sound-recordings/history-of-the-cylinder-phonograph/>

⁵ Id

⁶ Id

Σημείο σταθμό στην ιστορική εξέλιξη της μουσικής βιομηχανίας αποτελεί η υπόθεση Napster και η ρηξικέλευθη τεχνολογία που χρησιμοποιήθηκε για τον διαμοιρασμό μουσικής, η οποία συνιστά πρόδρομο των σημερινών πλατφορμών streaming.

Το 1999, ο τότε νεαρός φοιτητής Shawn Fanning κυκλοφόρησε το πρόγραμμα Napster, το οποίο παρείχε στους χρήστες ένα δίκτυο peer-to-peer που τους επέτρεπε να ανταλλάζουν μεταξύ τους μουσική σε μορφή αρχείων MP3. Ένας χρήστης κατέβαζε το δωρεάν λογισμικό του Napster και όριζε έναν φάκελο στον σκληρό του δίσκο για την αποθήκευση των κατεβασμένων μουσικών αρχείων (καθώς και μουσικών αρχείων που θα ήταν διαθέσιμα για πρόσβαση από άλλους χρήστες). Το λογισμικό προσέθετε τους τίτλους αυτών των μουσικών αρχείων σε έναν κεντρικό κατάλογο για να διευκολύνει την αναζήτηση από άλλους χρήστες. Ένας χρήστης μπορούσε να αναζητήσει μουσικούς τίτλους και να κατεβάσει αυτά τα αρχεία απευθείας από τους φακέλους άλλων χρηστών. Τα ίδια τα μουσικά αρχεία δεν υπήρχαν σε έναν κεντρικό κατάλογο, αλλά μεταφέρονταν απευθείας από τον υπολογιστή ενός χρήστη σε έναν άλλο⁷, εξού και το όνομα "peer-to-peer" (P2P)⁸.

Το Napster δημιούργησε μια παγκόσμια μουσική βιβλιοθήκη όλων των διαθέσιμων μουσικών κομματιών, επιτρέποντας στους χρήστες να κατεβάζουν οποιοδήποτε τραγούδι ή CD ήθελαν, δωρεάν και γρήγορα. Η πλατφόρμα αυτή απέκτησε πολύ σύντομα 57 εκατομμύρια χρήστες που μπορούσαν να αντιγράψουν και να ανταλλάσσουν μουσική μεταξύ τους. Κάθε χρήστης, κάνοντας διαθέσιμα στους άλλους τα μουσικά κομμάτια από την προσωπική του συλλογή, αποκτούσε πρόσβαση στις συλλογές όλων των υπόλοιπων χρηστών και μπορούσε να αντιγράψει οποιαδήποτε μουσικά κομμάτια επιθυμούσε, δωρεάν. Έτσι, η απόκτηση ενός μόνο αντιτύπου CD από έναν χρήστη του προγράμματος Napster,

⁷ D. Guy, *Copyright and Peer-To-Peer Music File Sharing: The Napster Case and the Argument Against Legislative Reform*, 2004, Murdoch University Electronic Journal of Law, 11(1), https://www8.austlii.edu.au/cgi-bin/viewdoc/au/journals/MurdochUeJLAW/2004/7.html#How%20did%20Napster%20work?_T

⁸ Τα δίκτυα peer to peer και το αντίστοιχο λογισμικό έχουν ευρύτατα διαδοθεί και χρησιμοποιούνται κυρίως για την ανταλλαγή μουσικών αρχείων. Η ανταλλαγή προστατευόμενων έργων γενικώς αλλά και ειδικώς μέσω λογισμικού τύπου peer to peer επιτρέπεται μόνο κατόπιν άδειας του δημιουργού ή /και των άλλων δικαιούχων. Πιο συγκεκριμένα, ενεργοποιείται το δικαίωμα παρουσίασης/διάθεσης στο κοινό όσον αφορά τη θέση του έργου σε διάθεση άλλων χρηστών, ενώ το δικαίωμα αναπαραγωγής τίθεται σε εφαρμογή όσον αφορά την εμφάνιση του έργου στον υπολογιστή του χρήστη ή το «κατέβασμα» του αρχείου από τέτοια δίκτυα, καθώς οι εν λόγω πράξεις αποτελούν αναπαραγωγές (βλ. Τατιάνα Συνοδινού, *Πνευματική Ιδιοκτησία και Νέες Τεχνολογίες. Η σχέση χρήστη-δημιουργού*, 2008, σελ. 271). Στην πράξη, οι πράξεις που λαμβάνουν χώρα στο πλαίσιο ανταλλαγής αρχείων μέσω p2p είναι οι εξής: αναπαραγωγή (upload) του αρχείου που περιέχει τα προστατευόμενα έργα στον υπολογιστή του χρήστη, διάθεση του έργου σε άλλους χρήστες και «κατέβασμα» (download) του έργου από ένα άλλο χρήστη στον υπολογιστή του (S. Lewinski, *Certain Problems Related to the Making available of literary and artistic works and other protected subject matter through digital networks*, UNESCO, Intergovernmental Copyright Committee, 13th Session of Universal Convention, Paris 22-24 June 2005). Οι πράξεις αυτές προϋποθέτουν την άδεια των δικαιούχων οι οποίοι έχουν να αντιμετωπίσουν τρεις κατηγορίες προσώπων: τους κατασκευαστές του λογισμικού, τους καταναλωτές και τους παρόχους υπηρεσιών διαδικτύου. (βλ. Καλλινίκου, *Πνευματική Ιδιοκτησία και Συγγενικά Δικαιώματα*, 2006, Δίκαιο & Οικονομία, σελ 148)

αρκούσε για να γίνει προσιτό στα 57 εκατομμύρια των υπολοίπων χρηστών του, χωρίς να χρειάζεται πλέον να το αγοράσουν⁹.

Τον Αύγουστο του 1999, η Ένωση Αμερικανικών Εταιριών Ηχογραφήσεων (RIAA) ξεκίνησε δικαστική διαμάχη εναντίον της εταιρίας Napster¹⁰. Η προσβολή, σύμφωνα με τη θέση των εναγόντων, αφορούσε κυρίως την αναπαραγωγή και διανομή ηχογραφημάτων χωρίς την άδεια των δικαιούχων. Ο εναγόμενος απ' την πλευρά του είχε αποδεχθεί την παράνομη αναπαραγωγή που συντελούταν με την αποθήκευση στον ηλεκτρονικό υπολογιστή του μουσικού έργου σε ψηφιακή μορφή, αλλά πρόβαλε την εξαίρεση της δίκαιης χρήσης (fair use)¹¹, η οποία όμως δεν έγινε δεκτή. Μετά από αλληπάλληλες δικαστικές αναμετρήσεις, τον Μάρτιο 2001 το δικαστήριο της Καλιφόρνια δέχθηκε ότι υπάρχει προσβολή των δικαιωμάτων πνευματικής ιδιοκτησίας -και ειδικότερα του δικαιώματος αναπαραγωγής και διανομής- και υποχρέωσε την εταιρία Napster να αφαιρέσει από τον κατάλογό της όλα τα μουσικά κομμάτια των εναγουσών εταιριών και να εμποδίσει την αντιγραφή των κομματιών μεταξύ των χρηστών¹². Βέβαια, αυτό που στην πραγματικότητα επεδίωκαν οι μουσικοί παραγωγοί και οι καλλιτέχνες δεν ήταν γενικά η απαγόρευση της αναπαραγωγής των έργων τους στο Διαδίκτυο, αλλά η απαγόρευση της δωρεάν αναπαραγωγής, ακόμα κι αν προοριζόταν για ιδιωτική χρήση. Σαφώς και το διαδίκτυο αποτελούσε μια αγορά στην οποία ήθελαν να επεκταθούν, κάτι που θα έπρεπε ωστόσο να συμβεί υπό τον έλεγχο των δικαιούχων¹³. Έτσι, λίγους μήνες αργότερα το Napster επαναλειτούργησε μετά από σύναψη συμφωνίας με την Ένωση Συνθετών και την Εθνική Ένωση Μουσικών Παραγωγών, η οποία επιβάλλει στους χρήστες του Napster χρηματική συνδρομή η οποία θα διανεμόταν στους δικαιούχους των πνευματικών και των συγγενικών δικαιωμάτων. Παρόμοια συμφωνία σύναψε η Napster και με όργανα εκπροσώπησης Ευρωπαίων συνθετών και μουσικών παραγωγών¹⁴.

⁹ Ε. Παναγιωτίδου, *Υπόθεση Napster και προστασία των δικαιωμάτων των δημιουργών και των συγγενικών δικαιωμάτων στην κοινωνία της πληροφορίας, υπό το πρίσμα της Οδηγίας 2001/29/ΕΚ, 2002, ΤΝΠ QUALEX ΔΕΕ, 5/2002, σελ 485-491*

¹⁰ *A&M Records, Inc. v. Napster, Inc.*, 239 F.3d 1004 (9th. Cir., 2001)

¹¹ Στο αμερικανικό δίκαιο (άρθρο 17 U.S. Code) προβλέπεται η εξαίρεση της «δίκαιης χρήσης» (fair use) ενός έργου προστατευόμενου με πνευματικά δικαιώματα. Υφίσταται μια μη εξαντλητική λίστα επιτρεπόμενων δίκαιων χρήσεων, όπως η κριτική και η έρευνα, ενώ στη συνέχεια ορίζονται οι τέσσερις παράγοντες οι οποίοι πρέπει να λαμβάνονται υπόψη στον καθορισμό της ύπαρξης δίκαιης ή μη χρήσης: i) ο σκοπός και ο χαρακτήρας της χρήσης, συμπεριλαμβανομένου του εμπορικού ή του μη κερδοσκοπικού εκπαιδευτικού σκοπού, ii) η φύση του έργου, iii) το ποσό και το πόσο σημαντικό μέρος του έργου χρησιμοποιήθηκε σε σχέση με το σύνολο του έργου, και iv) το αποτέλεσμα της χρήσης στην πιθανή αγορά ή στην αξία του έργου. Όπως έχει υποστηριχθεί, αυτή είναι και η δύναμη του συγκεκριμένου δόγματος καθώς καθίσταται ευέλικτο και προσαρμόσιμο στις τεχνολογικές εξελίξεις (βλ. M. Sundara Rajan, *Is Generative AI Fair Use of Copyright Works?* NYT v. OpenAI, 2024, <https://copyrightblog.kluweriplaw.com/2024/02/29/is-generative-ai-fair-use-of-copyright-works-nyt-v-openai/>)

¹² *A&M Records, Inc. v. Napster, Inc.*, 239 F.3d 1004 (9th. Cir., 2001)

¹³ Ε. Παναγιωτίδου, 2002, ό.π. , σελ 485-491

¹⁴ Ε. Παναγιωτίδου, 2002, ό.π.

Το 2001, το iPod και τα iTunes έκαναν το ντεμπούτο τους στις Ηνωμένες Πολιτείες. Οι φορητοί αναπαραγωγείς mp3 υπήρχαν ήδη για κάποια χρόνια στην αγορά, αλλά ποτέ δεν έφτασαν το επίπεδο δημοτικότητας των προϊόντων της Apple, όπως το iPod¹⁵. Τα iTunes είναι ένα "κατάστημα λήψης" όπου οι καλλιτέχνες μπορούν, με αντάλλαγμα ένα τίμημα, να καταχωρήσουν τραγούδια, άλμπουμ και μουσικά βίντεο στη μαζική βιβλιοθήκη των iTunes. Μαζί με το iPod, τα iTunes έφεραν επανάσταση στη μουσική βιομηχανία, παρέχοντας στους καταναλωτές έναν απλό, φορητό τρόπο ακρόασης μιας μεγάλης μουσικής βιβλιοθήκης. Με εντυπωσιακό σχεδιασμό και απλοποιημένη εμπειρία χρήστη, τα iTunes έδωσαν την δυνατότητα στους χρήστες με ένα κλικ να αγοράσουν τα τραγούδια και να τα κατεβάσουν στη μουσική βιβλιοθήκη τους στο iTunes για \$0.99 ανά τραγούδι και \$9.99 ανά άλμπουμ, χωρίς καμία χρέωση συνδρομής. Τα τραγούδια κατεβαίνουν σε ψηφιακή μορφή και μπορούν να «καούν» σε CD για προσωπική χρήση, να παιχτούν σε έως τρεις υπολογιστές και να ακουστούν σε απεριόριστο αριθμό φορητών συσκευών όπως το iPod¹⁶. Αυτή η μέθοδος διανομής κυριάρχησε στην αγορά, μέχρι να γίνει το streaming ο προτιμώμενος τρόπος διάδοσης και κατανάλωσης της μουσικής.

Την λογική των iTunes δεν άργησαν να ακολουθήσουν κι άλλες πλατφόρμες streaming, όπως η Spotify, η Deezer και η Apple Music, οι οποίες ανέπτυξαν κερδοφόρα μοντέλα επιχειρηματικότητας, ξεφεύγοντας όμως από το μοντέλο της «ιδιοκτησίας» της μουσικής που τα iTunes στην ουσία μετέφεραν στον ψηφιακό κόσμο. Αντίθετα, οι νέοι αυτοί Πάροχοι Μουσικών Υπηρεσιών (Music Service Providers ή MSPs) βασίστηκαν στο μοντέλο «πρόσβασης» στη μουσική. Αναδείχθηκε ένας νέος τρόπος ακρόασης μουσικής που στην ουσία συμπλήρωσε το παραδοσιακό μοντέλο της ιδιοκτησίας. Αυτό το μοντέλο διανομής μουσικής, δεν επικεντρωνόταν στη δυνατότητα των ακροατών να "κατέχουν" πραγματικά ένα τραγούδι ή όχι, αλλά στη δυνατότητα να βρίσκουν και να έχουν πρόσβαση στη μουσική παντού και οποτεδήποτε¹⁷.

2. Το Οικοσύστημα της Μουσικής Βιομηχανίας

Το οικοσύστημα της μουσικής βιομηχανίας χαρακτηρίζεται από μεγάλη πολυπλοκότητα και διασύνδεση. Είναι αυτονόητο ότι πάντοτε στην αρχή της αλυσίδας βρίσκονται οι καλλιτέχνες, ενώ στο τέλος οι ακροατές. Ανάμεσα τους όμως μεσολαβούν πολυάριθμοι επαγγελματίες και εταιρείες που ο καθένας τους συμβάλλει με τον τρόπο του στην λειτουργικότητα και αποδοτικότητα του συστήματος.

Ένας πιο απλός τρόπος να οπτικοποιηθεί και να χαρτογραφηθεί η μουσική βιομηχανία, ο πυρήνας της και τα συνδεδεμένα τμήματά της, είναι με την χρήση ως παραδείγματος του αρχαίου προϊστορικού μνημείου του Stonehenge: δύο μεγάλοι πυλώνες με μία μεγάλη πλάκα

¹⁵ B. Edwards, *The iPod: How Apple's legendary portable music player came to be*, 2011, <https://www.macworld.com/article/214911/the-birth-of-the-ipod.html>

¹⁶ U. Gasser, *Itunes: How Copyright, Contract, and Technology Shape the Business of Digital Media - a Case Study*, 2004, σελ. 8-10

¹⁷ W. Patrik, *A typology of music distribution models*, 2012, *International Journal of Music Business Research*, σελ. 8-11.

να ακουμπά στην κορυφή¹⁸. Κάθε πυλώνας αντιπροσωπεύει καθεμία από τις μνημειώδεις οικονομίες στη μουσική - τον τομέα της Ζωντανής Μουσικής και τον τομέα της Ηχογραφημένης Μουσικής. Η πλάκα στην κορυφή αντιπροσωπεύει τους δημιουργούς μουσικής ή τους επιχειρηματίες της μουσικής, τους ουσιαστικούς δημιουργικούς κατευθυντήριους παράγοντες που τροφοδοτούν κάθε πυλώνα ή κάθε οικονομία του πρωτεύοντος τομέα, ζωντανής και/ή ηχογραφημένης μουσικής. Αυτό το απλό μοντέλο θα μπορούσε να εφαρμοστεί στις μουσικές βιομηχανίες σε κάθε έδαφος του αναπτυγμένου κόσμου. Ανάμεσα σ' αυτή την θεμελιώδη μορφή του οικοσυστήματος συνυπάρχουν διάφοροι άλλοι ρόλοι που διαπλέκονται με κάποιο βασικό μέρος (βλ. εικόνα 1) .



Εικόνα 1 Compartmentalization of the music Industry, από το βιβλίο "The Music Industry Handbook", P. Rutter, 2016, Routledge, figure 1.2

¹⁸ P. Rutter, The Music Industry Handbook, 2016, Routledge, pages 7-9

Σημαντικό ρόλο διαδραματίζουν οι επαγγελματίες που συνεργάζονται με τον καλλιτέχνη και τον βοηθούν στην επαγγελματική του ανέλιξη, όπως οι managers, booking agents, promoters, public relations agents, και άλλοι. Αντίστοιχα, στην επικοινωνία και μετάδοση του έργου του καλλιτέχνη προς το κοινό συμβάλλουν καθοριστικά το ραδιόφωνο, η τηλεόραση, νομικές και επιχειρηματικές εταιρείες υποστήριξης, και άλλοι, ενώ οι οργανισμοί συλλογικής διαχείρισης είναι υπεύθυνοι για τον εντοπισμό, την συλλογή και την απόδοση των εσόδων που οφείλονται στον στους δημιουργούς και τους ερμηνευτές. Στην παρούσα ενότητα, παρόλα αυτά, θα γίνει μια προσπάθεια ορισμού και επεξήγησης των ρόλων – συνδυετικών κρίκων της αλυσίδας που συνεισφέρουν στην μετάδοση της μουσικής μέσω της τεχνολογίας του streaming, ώστε να διευκολυνθεί η ανάλυση στα επόμενα κεφάλαια ορισμένων ζητημάτων που απασχολούν την συγκεκριμένη μερίδα του οικοσυστήματος της μουσικής βιομηχανίας.

Μεταξύ, λοιπόν, των καλλιτεχνών που δημιουργούν τη μουσική και του καταναλωτή που την ακούει μέσω μίας υπηρεσίας streaming, υπάρχουν διάφορες εταιρείες μουσικής που βοηθούν τους δημιουργούς να δημιουργήσουν και να προωθήσουν τη μουσική τους, να τη διανείμουν σε διάφορους λιανοπωλητές, συμπεριλαμβανομένων των υπηρεσιών streaming, και/ή να διαχειριστούν τις πληρωμές που οφείλονται στους δημιουργούς από τις υπηρεσίες streaming και άλλες χρήσεις της μουσικής τους.

Προτού επεξηγηθεί ο ρόλος του κάθε συνδυετικού κρίκου της αλυσίδας αξίας του μουσικού streaming, είναι σκόπιμο να προηγηθεί μια σύντομη αναφορά στα νομικό πλαίσιο και τα πνευματικά δικαιώματα που υποστηρίζουν την συγκεκριμένη αλυσίδα, καθώς και στη διαδικασία αδειοδότησης της μουσικής.

2.1 Νομικό Πλαίσιο

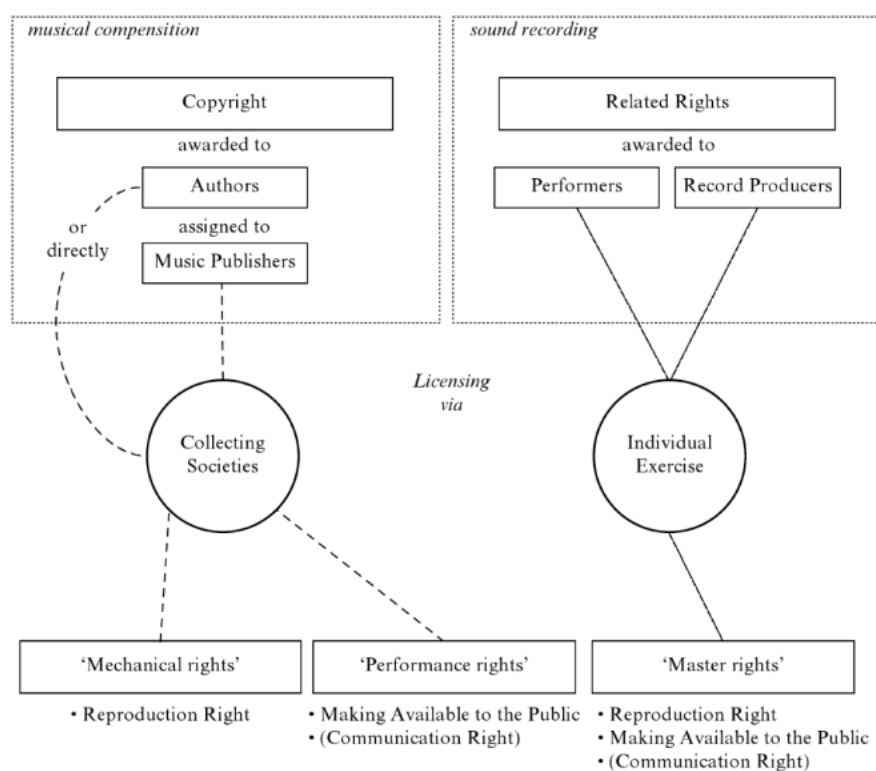
Το δίκαιο της πνευματικής ιδιοκτησίας παρέχει στους δικαιούχους ορισμένα αποκλειστικά δικαιώματα-εξουσίες που αντιστοιχούν στους βασικότερους τρόπους εκμετάλλευσης του έργου, όπως η αναπαραγωγή, η προσαρμογή, η δημόσια εκτέλεση, η παρουσίαση στο κοινό και η ραδιοτηλεοπτική μετάδοση. Πνευματικά δικαιώματα επί των μουσικών συνθέσεων χορηγήθηκαν για πρώτη φορά στις Ηνωμένες Πολιτείες το 1831 και στο Ηνωμένο Βασίλειο το 1842¹⁹. Στον τομέα της μουσικής, η προστασία πνευματικής ιδιοκτησίας παρέχεται στους δημιουργούς των μουσικών έργων. Αν και η πνευματική ιδιοκτησία συχνά αναφέρεται ως μια ενιαία έννοια, στην πραγματικότητα μοιάζει περισσότερο με ένα σύνολο δικαιωμάτων²⁰. Δεν προστατεύονται μόνο οι συγγραφείς. Ένα δεύτερο σύνολο δικαιωμάτων - τα αποκαλούμενα «συγγενικά δικαιώματα» - δημιουργήθηκε για να προστατεύσει τους ενδιάμεσους που συμβάλλουν σε μεγάλο βαθμό στην αλυσίδα αξίας· στον τομέα της μουσικής αυτό ισχύει, για παράδειγμα, για τους εκτελεστές και τους παραγωγούς (βλ. Εικόνα 9.1). Αυτό σημαίνει ότι υπάρχουν περισσότερα από ένα προστατευόμενα έργα ενσωματωμένα σε ένα μουσικό έργο. Σε διεθνές επίπεδο, τα συγγενικά δικαιώματα για τους εκτελεστές και τις δισκογραφικές εταιρείες προστατεύθηκαν για πρώτη φορά με τη

¹⁹ S. Frith and L. Marshall, *Music and Copyright*, Second edition, Routledge New York, page 7

²⁰ S. Frith and L. Marshall, *ό.π.*

Σύμβαση της Ρώμης του 1961 (Διεθνής Σύμβαση για την Προστασία των Εκτελεστών, των Παραγωγών Φωνογραφημάτων και των Οργανισμών Ραδιοτηλεόρασης).

Έτσι, στην (online) αδειοδότηση μουσικής υπάρχει πληθώρα δικαιούχων και δικαιωμάτων (κάθε επιμέρους δικαίωμα μπορεί να μοιραστεί μεταξύ πολλών δικαιούχων) που εμπλέκονται: τους δημιουργούς (δηλαδή τους συνθέτες και τους στιχουργούς), οι οποίοι κατέχουν τα «πνευματικά δικαιώματα», δεύτερον τους εκτελεστές, και τρίτον τις δισκογραφικές εταιρείες (παραγωγοί δίσκων/φωνογραφημάτων), οι οποίες κατέχουν συγγενικά δικαιώματα. Μια τέταρτη ομάδα αποτελούν οι εκδότες μουσικής, οι οποίοι δεν απολαμβάνουν πρωτογενούς προστασίας από τον νόμο. Συνήθως αποκτούν δικαίωμα με παράγωγο τρόπο, μέσω συμβάσεων από τους δημιουργούς για να τους εκπροσωπούν²¹ (Ευρωπαϊκή Επιτροπή, Έγγραφο Εργασίας του Προσωπικού 2005, σελ. 17). Στην παρακάτω εικόνα σκιαγραφούνται οι βασικές σχέσεις τις αλυσίδας καθώς και τα πνευματικά ή συγγενικά δικαιώματα που αποδίδονται στον κάθε εμπλεκόμενο.



Εικόνα 2: Διαδραστικό γράφημα των online μουσικών δικαιωμάτων streaming και των δικαιούχων, από το βιβλίο *Handbook on the Economics of Copyright*, σελ. 145

Το ευρωπαϊκό νομικό πλαίσιο για τα πνευματικά δικαιώματα στο ψηφιακό οικοσύστημα καθορίζεται κυρίως από την Οδηγία InfoSoc (2001/29/EK). Αυτή η Οδηγία υλοποιεί, μεταξύ άλλων, τις υποχρεώσεις βάσει της Συνθήκης του Παγκόσμιου Οργανισμού Πνευματικής Ιδιοκτησίας (WIPO) για τα Πνευματικά Δικαιώματα (WCT) και της Συνθήκης WIPO για τις Εκτελέσεις και τα Φωνογραφήματα (WPPT), οι οποίες υιοθετήθηκαν τον Δεκέμβριο του 1996

²¹ European Commission, Staff Working Document 2005, p.17

με στόχο την ενημέρωση της νομοθεσίας περί πνευματικών δικαιωμάτων ενόψει της ψηφιακής εξέλιξης. Η Οδηγία InfoSoc εναρμονίζει τα εξής δικαιώματα, τα οποία αναφέρονται από κοινού και ως «δικαιώματα online»²²: πρώτον, το αποκλειστικό **δικαίωμα αναπαραγωγής**, που καλύπτει όλες τις αναπαραγωγές με τη μορφή άυλων αντιγράφων, που γίνονται κατά τη διαδικασία της online διανομής μουσικών έργων (Άρθρο 2 της Οδηγίας 2001/29/EK, Άρθρο 1(4) WCT, Άρθρα 7, 11 και 16 WPPT). Αυτά τα αντίγραφα είναι εκείνα που γίνονται με ψηφιακά μέσα όπως η μεταφόρτωση, η λήψη, η μετάδοση σε δίκτυο ή η αποθήκευση σε σκληρό δίσκο²³. Ορισμένα προσωρινά αντίγραφα που επιτρέπουν τη μετάδοση εξαιρούνται από το δικαίωμα αναπαραγωγής (βλ. Άρθρο 5(1) της Οδηγίας 2001/29/EK). Δεύτερον, το αποκλειστικό **δικαίωμα των δημιουργών για επικοινωνία στο κοινό** (Άρθρο 3(1) της Οδηγίας 2001/29/EK), το οποίο καλύπτει όλες τις επικοινωνίες των έργων των δημιουργών σε μέλη του κοινού που δεν είναι παρόντα στον τόπο όπου ξεκινά η επικοινωνία, όπως μέσω webcasting, ραδιοφώνου μέσω Internet και simulcasting ή υπηρεσιών σχεδόν κατ' απαίτηση. Τρίτον, το **δικαίωμα διάθεσης στο κοινό** (Άρθρο 3(2) της Οδηγίας 2001/29/EK, Άρθρο 8 WCT, Άρθρο 10, 14 WPPT), το οποίο περιλαμβάνει υπηρεσίες κατ' απαίτηση ή άλλες διαδραστικές υπηρεσίες. Αυτές οι υπηρεσίες χαρακτηρίζονται από το γεγονός ότι οι χρήστες μπορούν να τις προσπελάσουν από έναν τόπο και σε χρόνο που επιλέγουν οι ίδιοι (βλ. αιτιολογική σκέψη 25 της Οδηγίας 2001/29/EK).

2.1.1 Δικαιώματα Δημιουργών και η Διαχείρισή τους

Η Οδηγία InfoSoc διεύρυνε το πεδίο εφαρμογής των προϋπαρχόντων δικαιωμάτων αναπαραγωγής και επικοινωνίας προς το κοινό, προκειμένου να καλύψει τις διαδικτυακές εκμεταλλεύσεις αντί να κωδικοποιήσει ένα νέο «διαδικτυακό» δικαίωμα²⁴. Στο διαδικτυακό οικοσύστημα μουσικής, τα δικαιώματα των δημιουργών περιλαμβάνουν: το δικαίωμα αναπαραγωγής, το δικαίωμα επικοινωνίας των μουσικών έργων στο κοινό, και το δικαίωμα διάθεσης των μουσικών έργων στο κοινό.

Όσον αφορά την εκμετάλλευση των μουσικών έργων, οι εμπλεκόμενοι κάτοχοι δικαιωμάτων από την πλευρά των δημιουργών επωφελούνται από την αναγνώριση δύο κύριων κατηγοριών δικαιωμάτων: των μηχανικών δικαιωμάτων και των δικαιωμάτων εκτέλεσης²⁵. Τα **μηχανικά δικαιώματα (mechanical rights)** αναφέρονται στο δικαίωμα αναπαραγωγής μουσικών έργων από φυσικό ή άυλο αντίγραφο για διαδικτυακή χρήση· αυτό καλύπτεται από το δικαίωμα αναπαραγωγής. Τα **δικαιώματα εκτέλεσης (performing rights)**, από την άλλη πλευρά, αφορούν τα δικαιώματα που σχετίζονται με την επικοινωνία

²² European Commission Staff Working Document Impact Assessment Accompanying the document Proposal for a Directive of the European Parliament and of the Council on collective management of copyright and related rights and multi-territorial licensing of rights in musical works for online uses in the internal market, page 12

²³ SF Schwemer, *The licensing of online music streaming services in Europe*, από το βιβλίο *Handbook on the Economics of Copyright*, σελ. 144

²⁴ G. Mazziotti, *New Licensing Models for Online Music Services in the European Union: From Collective to Customized Management*, 2011, Columbia Public Law Research Paper No. 11-269, page 4

²⁵ G. Mazziotti, 2011, ό.π.

των έργων και τη διάθεση μουσικών έργων στο διαδίκτυο²⁶. Η Ευρωπαϊκή Επιτροπή²⁷ αναφέρει ότι η μακρόχρονη συμβατική πρακτική στην παραδοσιακή διανομή να διαχωρίζει τα δικαιώματα μεταξύ των μηχανικών δικαιωμάτων αναπαραγωγής και των δικαιωμάτων εκτέλεσης έχει κληρονομηθεί και στην εκκαθάριση των δικαιωμάτων διαδικτυακής μουσικής. Κατά συνέπεια, αντί να εκκαθαρίζεται ένα μόνο δικαίωμα, η εταιρεία που θέλει να παρέχει μια υπηρεσία online streaming μουσικής πρέπει να εκκαθαρίσει δύο σύνολα δικαιωμάτων από την πλευρά των δημιουργών.

Τα προαναφερθέντα δικαιώματα αποτελούν αντικείμενο συλλογικής διαχείρισης²⁸ από τις εταιρείες διαχείρισης δικαιωμάτων εκ μέρους των δημιουργών και των εκδοτών μουσικής. Αυτές οι εταιρείες είναι ενώσεις στις οποίες οι δημιουργοί (στην περίπτωση των μουσικών έργων, συνθέτες και στιχουργοί) μεταβιβάζουν τα πνευματικά τους δικαιώματα για τη διαχείριση της εκμετάλλευσής. Οι εταιρείες συλλογικής διαχείρισης συνήθως λειτουργούν εκδίδοντας μια γενική άδεια στους χρήστες για το ρεπερτόριο όλων των έργων των μελών τους²⁹. Οι εταιρείες συλλογικής διαχείρισης είναι κρίσιμοι ενδιάμεσοι στη διαδικασία αδειοδότησης και μπορούν να περιγραφούν ως φυσικά μονοπώλια³⁰.

2.1.2 Συγγενικά Δικαιώματα και η Διαχείρισή τους

Τα δικαιώματα των ερμηνευτών, εκτελεστών και των παραγωγών είναι τα «συγγενικά δικαιώματα» και αποζημιώνουν τους παραγωγούς και τους εκτελεστές καλλιτέχνες για τη χρήση μιας ηχογράφησης³¹. Αυτή η κατηγορία δικαιωμάτων περιλαμβάνει: αφενός τα δικαιώματα των εκτελεστών να αναπαράγουν την καταγραφή μιας εκτέλεσης· να την επικοινωνούν στο κοινό³², συμπεριλαμβανομένου του δικαιώματος να διαθέτουν το έργο, και αφετέρου τα δικαιώματα των παραγωγών δίσκων να αναπαράγουν, να επικοινωνούν στο κοινό³³, συμπεριλαμβανομένου του δικαιώματος να διαθέτουν τις ηχογραφήσεις.

2.2 Αδειοδότηση μουσικής

Οι δυνητικοί εμπορικοί χρήστες πρέπει, προκειμένου να αποφύγουν την παραβίαση πνευματικών δικαιωμάτων όταν δεν ισχύει κάποια από τις προβλεπόμενες στο νόμο εξαιρέσεις ή δεν έχει λήξει το χρονικό διάστημα προστασίας, να λάβουν την άδεια από τους

²⁶ European Commission, Impact Assessment 2012, p. 197

²⁷ European Commission, *Creative content in a European digital single market: challenges for the future: a reflection document of DG INFSO and DG MARKT*, 2009, page 9

²⁸ Η συλλογική διαχείριση δικαιωμάτων αναφέρεται στη διαχείριση από καταπιστευματικούς φορείς συγκεκριμένων δικαιωμάτων που απονέμονται στους δημιουργούς και τους εκδότες βάσει του νόμου περί πνευματικής ιδιοκτησίας, και που εκτελούνται από εταιρείες συλλογικής διαχείρισης εκ μέρους μιας πληθώρας κατόχων δικαιωμάτων (D. Gervais, *Collective Management of Copyright and Related Rights*, 2010, Kluwer Law International)

²⁹ A. Hollander, *Market structure and performance in intellectual property: The case of copyright collectives*, 1984, *International Journal of Industrial Organization*, Elsevier, page 200

³⁰ KEA European Affairs, *Licensing music works and transaction costs in Europe*, 2012, Vrije Universiteit Brussel.

³¹ T. Liider, *The Next Ten Years in E.U. Copyright: Making Markets Work*, 18 *FORDHAM INTELL. PROP. MEDIA & ENT. L.J.* 1, 2007, page 24, Available at: <https://ir.lawnet.fordham.edu/iplj/vol18/iss1/7>

³² Global Repertoire Database Working Group (2010), *Recommendations for: the way forward for the development of a global repertoire database*, Document number GRD077.

³³ L. Guilbault, S. van Gompel (2nd ed, 2010), *Collective management in the European Union*, in D. Gervais (ed.) *Collective Management of Copyright and Related Rights*, Alphen aan den Rijn: Kluwer Law

κατόχους δικαιωμάτων πριν μπορέσουν να παρέχουν το μουσικό έργο για streaming ή λήψη. Έτσι, η αδειοδότηση είναι κρίσιμη για την εκμετάλλευση των πνευματικών δικαιωμάτων. Είναι σημαντικό να επισημανθεί ότι η αδειοδότηση αφορά την παροχή δικαιώματος πρόσβασης και όχι την απόκτηση της ιδιοκτησίας. Τα πνευματικά-συγγενικά δικαιώματα παραμένουν στον κάτοχο του δικαιώματος, ενώ στον αδειούχο παρέχεται η άδεια να κάνει μια πράξη ή πράξεις, που διαφορετικά θα παραβίαζαν τα πνευματικά δικαιώματα³⁴.

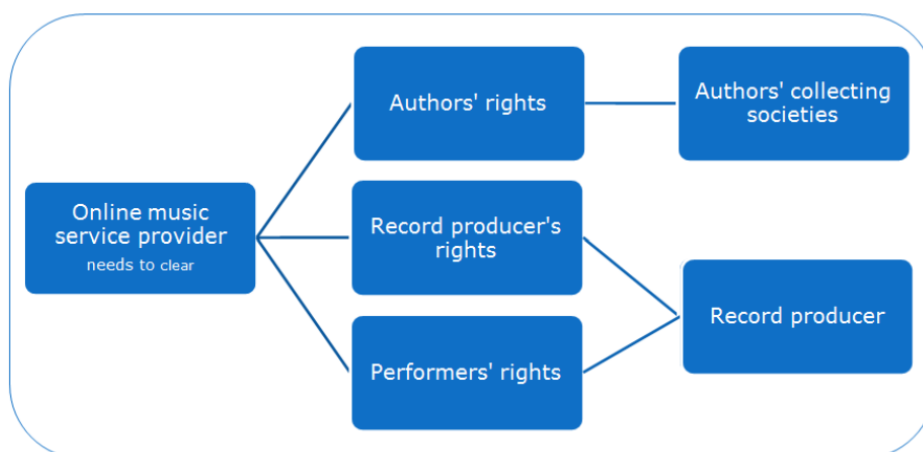
Τα συμβόλαια που υπογράφονται μεταξύ των πλατφορμών και των μεγάλων δισκογραφικών εταιρειών είναι εμπιστευτικά και περίπλοκα, ανάλογα με παράγοντες όπως η γεωγραφία και το αν οι πλατφόρμες χρηματοδοτούνται από διαφημίσεις ή συνδρομές. Ουσιαστικά όμως, οι πλατφόρμες πληρώνουν στις δισκογραφικές εταιρείες δικαιώματα που υπολογίζονται αναλογικά, ως ποσοστό των εσόδων που σχετίζονται με το streaming του περιεχομένου τους³⁵. Οι ανεξάρτητες δισκογραφικές εταιρείες και καλλιτέχνες αποτελούν το υπόλοιπο της βιομηχανίας, και οι πληρωμές των δικαιωμάτων τους επίσης υπολογίζονται αναλογικά. Αυτές αποκτούν μεγαλύτερη διαπραγματευτική δύναμη με την συνεργασία τους με τη Merlin, ένα ψηφιακό οργανισμό που διαπραγματεύεται την αδειοδότηση μουσικής εκ μέρους αρκετών από τις μεγαλύτερες ανεξάρτητες δισκογραφικές εταιρείες, οι οποίες αντιπροσωπεύουν περίπου το 12% των ψηφιακών ροών. Το υπόλοιπο της βιομηχανίας έχει λιγότερη διαπραγματευτική επιρροή και οι όροι ουσιαστικά καθορίζονται από την πλατφόρμα³⁶.

Υπάρχουν δύο ιδιαίτερα χαρακτηριστικά της αδειοδότησης πνευματικών δικαιωμάτων στο πλαίσιο των μουσικών έργων: Πρώτον, όπως έχει καταστεί εμφανές, το πνευματικό δικαίωμα είναι μια δέσμη δικαιωμάτων και όχι ένα μόνο δικαίωμα. Υπάρχουν περισσότερα από ένα έργα προστατευμένα από πνευματικά δικαιώματα και περισσότερα από ένα δικαιώματα ενσωματωμένα σε ένα μόνο μουσικό έργο. Έτσι, υφίσταται μια πληθώρα επιπέδων όσον αφορά τα δικαιώματα και τους κατόχους δικαιωμάτων. Δεύτερον, πολλά από αυτά τα δικαιώματα τα εκμεταλλεύονται στην πράξη οι μεσάζοντες (δηλαδή, οι δισκογραφικές εταιρείες για τους εκτελεστές, οι εταιρείες συλλογικής διαχείρισης για τους δημιουργούς). Στο παρακάτω γράφημα, αναπαρίστανται οι σχέσεις μεταξύ των παρόχων online υπηρεσιών μουσικής (αδειούχος) αφενός και των εταιρειών διαχείρισης και των δισκογραφικών εταιρειών (αδειοδότες) αφετέρου, καθώς και τα είδη των δικαιωμάτων που οφείλει να εκκαθαρίσει.

³⁴ D. Lindsay, *The law and economics of copyright, contract and mass market licences*, 2002, Strawberry Hills: Centre for Copyright Studies Ltd, page 70

³⁵ *Music and streaming market study - Statement of scope*, Competition & Markets Authority, 2022

³⁶ D. Antal, A. Fletcher, P. L. Ormosi, *Music streaming: is it a level playing field?*, 2021, Competition Policy International



Εικόνα 3: Σχέσεις αδειοδότησης ενός παρόχου online υπηρεσιών μουσικής. Πηγή: Υπόμνημα υπ' αριθμ. 545 της Ευρωπαϊκής Επιτροπής, 2012

Σ' αυτό το ιδιαίτερα πολύπλοκο σύστημα δικαιωμάτων, δικαιούχων και των αδειών που παρέχονται για την χρήση της μουσικής, γίνεται εμφανές ότι το πιο αδύναμο μέρος είναι ο δημιουργός, χωρίς ιδιαίτερη διαπραγματευτική ισχύ και με ελλιπή αποζημίωση για την χρήση της μουσικής του, λόγω του μεγάλου επιμερισμού των royalties μεταξύ των πολυάριθμων εμπλεκόμενων μερών. Ταυτόχρονα, όπως διαπιστώθηκε προηγουμένως, οι δημιουργοί που επιλέγουν τον δρόμο της «αυτοδιαχείρισης» δεν μπορούν να ανταγωνιστούν εύκολα τη δύναμη των μεγάλων δισκογραφικών εταιρειών, με αποτέλεσμα να μένουν στο περιθώριο.

2.3 Η αλυσίδα αξίας του μουσικού streaming

Οι παρακάτω παράγραφοι χαρτογραφούν και επεξηγούν τον ρόλο κάθε συνδετικού κρίκου της αλυσίδας αξίας του μουσικού streaming, με μια ταυτόχρονη επισκόπηση των πνευματικών δικαιωμάτων που αντιστοιχούν στην κάθε κατηγορία. Από την δημιουργία ενός τραγουδιού έως την κυκλοφορία του στις μουσικές πλατφόρμες streaming, αξίζει να εξετασθούν το υπόβαθρο του έργου, οι εκτελέσεις, οι ηχογραφήσεις και τέλος, η διανομή. Η εν λόγω ανάλυση βασίζεται στην ευρωπαϊκή μελέτη με τίτλο «Europeana Sounds and Copyright»³⁷, ιδίως όσον αφορά την σκοπιά των πνευματικών δικαιωμάτων που αποδίδονται σε κάθε κρίκο της αλυσίδας.

2.3.1 Στάδιο πρώτο: το υπόβαθρο του έργου

Ολόκληρη η μουσική βιομηχανία βασίζεται στη δημιουργία ενός τραγουδιού. Χωρίς αυτό, δεν υπάρχει τίποτα να εκτελεστεί, να ηχογραφηθεί και να διαφημιστεί. Ο πρώτος κρίκος στην αλυσίδα αξίας λοιπόν είναι η σύνθεση του τραγουδιού, δηλαδή η μελωδία και οι στίχοι. Αυτή η διαδικασία δημιουργεί δύο διακριτά πνευματικά έργα: ένα μουσικό έργο (η μελωδία) και ένα λογοτεχνικό έργο (οι στίχοι).

³⁷ S. Schroff, *Europeana Sounds and Copyrights: The Need for and Challenges in Licensing Archival Materials*, 2015

Σε ευρωπαϊκό επίπεδο, τα μουσικά έργα δεν ορίζονται ρητά, αλλά το άρθρο 2 της Διεθνούς Σύμβασης της Βέρνης³⁸ αναφέρεται σε «μουσικές συνθέσεις με ή χωρίς λόγια». Με βάση αυτό, τα κράτη μέλη έχουν πιο λεπτομερείς ορισμούς τόσο στη νομοθεσία όσο και στη νομολογία τους για να θέσουν τα όρια μεταξύ μουσικών και άλλων κατηγοριών έργων, όπως και μεταξύ των προστατευόμενων έργων και αυτών που έχουν πέσει τον δημόσιο τομέα. Από την άλλη, ένα λογοτεχνικό έργο «είναι κάθε παραγωγή στο λογοτεχνικό, επιστημονικό και καλλιτεχνικό πεδίο, οποιοσδήποτε κι αν είναι ο τρόπος ή η μορφή της έκφρασής του, όπως βιβλία, φυλλάδια και άλλα γραπτά...»³⁹. Όπως φαίνεται από τον ορισμό, ένα λογοτεχνικό έργο περιλαμβάνει γραπτά έργα κάθε είδους. Στο ίδιο άρθρο αναφέρονται και τα έργα που βασίζονται στον προφορικό λόγο: «...διαλέξεις, ομιλίες, κηρύγματα και άλλα έργα της ίδιας φύσης...». Ωστόσο, παρόλο που αυτές οι δύο κατηγορίες είναι διακριτές στη Σύμβαση της Βέρνης, πολλές χώρες έχουν επιλέξει να τις εφαρμόσουν ως μία κατηγορία⁴⁰.

Σε πρακτικό επίπεδο, η εμπορική εκμετάλλευση τραγουδιών απαιτεί επίσης την υποστήριξη ενός ενδιάμεσου, του εκδότη. Στο πλαίσιο των τραγουδιών, πρακτικά η πρώτη μεταφορά των πνευματικών δικαιωμάτων, και συγκεκριμένα των εξουσιών του περιουσιακού δικαιώματος, συνήθως συμβαίνει λίγο μετά τη δημιουργία τους με την σύναψη συμβάσεων εκμετάλλευσης ή με την παραχώρηση αδειών εκμετάλλευσης⁴¹. Γενικά, ένα τραγούδι παράγει έσοδα μόνο εάν εκτελείται δημοσίως ή διανέμεται με άλλο τρόπο, για παράδειγμα ως ηχογράφηση. Η κύρια λειτουργία του εκδότη στη μουσική βιομηχανία είναι να προωθήσει το τραγούδι, να διαχειρίζεται τα δικαιώματα και να εισπράττει τα έσοδα (royalties) από αυτά⁴². Για αυτές τις υπηρεσίες, ο συνθέτης/στιχουργός του τραγουδιού θα παραχωρήσει τα πνευματικά δικαιώματά του στον εκδότη με αντάλλαγμα ένα μερίδιο των royalties και, πιθανώς, μια προκαταβολή⁴³. Ο δημιουργός μπορεί βέβαια να διατηρήσει ορισμένα δικαιώματα⁴⁴ ή να περιορίσει τοπικά την παραχώρησή τους, εάν για παράδειγμα ο εκδότης είναι πολύ μικρός, εξασφαλίζοντας έτσι αποτελεσματική εκμετάλλευση παγκοσμίως⁴⁵. Ήδη λοιπόν από αυτό το στάδιο, τα πνευματικά δικαιώματα στο τραγούδι έχουν αλλάξει κάτοχο,

³⁸ Berne Convention for the Protection of Literary and Artistic Works Act of July 24, 1971 as amended on September 28, 1979 (Berne Convention), art. 2(1)

³⁹ Id

⁴⁰ Για παράδειγμα, η Ελλάδα αναφέρεται και στις δύο κατηγορίες σε μια διάταξη (άρθρο 2 παρ. 1 ν. 2121/93) «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, ...»

⁴¹ Η διαφορά ανάμεσα σε σύμβαση και άδεια εκμετάλλευσης έγκειται στην υποχρέωση του αντισυμβαλλομένου να ασκήσει τις εξουσίες που απορρέουν από το περιουσιακό δικαίωμα στην πρώτη περίπτωση ενώ στη δεύτερη ο αντισυμβαλλόμενος δεν υποχρεούται να εκμεταλλευτεί το έργο, αλλά αν το κάνει να καταβάλλει στον δημιουργό αντιπαροχή για την σχετική εκμετάλλευση (βλ. ΕισΕκθ Ν. 2121/1993, σ.3)

⁴² P. Rutter, 2011, ό.π, p. 89.

⁴³ P. Rutter, 2011, ό.π., p. 94.

⁴⁴ P. Isherwood, *Legal & Business Issues in the Music Industry -1998 Review & Analysis* (London: Thorogood Publishing, 1998), p.36.

⁴⁵ G. Hull, T. Hutchinson and R. Strasser, *The Music Business and Recording Industry- Delivering Music in the 21st Century*, p. 122.

όμως και ο συνθέτης/στιχουργός και ο εκδότης διαθέτουν από κοινού αξίωση επί των royalties.

Πιο συγκεκριμένα, η μουσική εκδοτική δραστηριότητα περιλαμβάνει την προώθηση, την αδειοδότηση και τη διαχείριση των πνευματικών δικαιωμάτων -συμπεριλαμβανομένου του πότε ένα τραγούδι χρησιμοποιείται σε ηχογράφιση ή σε άλλα μέσα όπως ταινίες ή τηλεόραση, ή δημοσιεύεται σε γραπτή μορφή- καθώς και την παροχή οικονομικής και άλλης υποστήριξης προς τους συνθέτες/στιχουργούς για την υποστήριξη των παραπάνω. Οι εκδότες κερδίζουν έσοδα από την ανάπτυξη, την προστασία και την εκτίμηση των δικαιωμάτων σε τραγούδια, καθώς και από την αδειοδότηση αυτών των δικαιωμάτων για χρήση σε λιανική πώληση ή άλλα μέσα⁴⁶. Αυτό θα περιλαμβάνει και τις πληρωμές δικαιωμάτων από τις υπηρεσίες μουσικού streaming, οι οποίες ενδέχεται να συλλέγονται είτε άμεσα από τον εκδότη είτε μέσω Οργανισμών Συλλογικής Διαχείρισης Πνευματικών Δικαιωμάτων.

2.3.2 Στάδιο δεύτερο: η εκτέλεση του έργου

Στην πρώτη φάση, δημιουργείται το τραγούδι, όμως για να αξιοποιηθεί εμπορικά, το τραγούδι πρέπει με κάποιο τρόπο να παρουσιαστεί - ερμηνευθεί στο κοινό. Πρέπει δηλαδή να εκτελεστεί: να παιχτεί ή να τραγουδηθεί.

Η προστασία των εκτελεστών ή ερμηνευτών καλλιτεχνών, των παραγωγών φωνογραφημάτων και των ραδιοτηλεοπτικών οργανισμών διαφοροποιείται από την προστασία των δημιουργών πνευματικών έργων, διότι η συμβολή των προσώπων αυτών δεν αποτελεί έργο του πνεύματος⁴⁷. Αντίθετα, οι εκτελέσεις αντανakλούν το πνευματικό έργο, υπό την έννοια ότι καθιστούν ένα άλλο αντικείμενο πνευματικών δικαιωμάτων αντιληπτό στις αισθήσεις. Στην πραγματικότητα, δεν δημιουργούν ένα νέο έργο, όπως αυτό ορίζεται από το δίκαιο της πνευματικής ιδιοκτησίας. Γι' αυτό και οι εκτελέσεις προστατεύονται από τα συγγενικά δικαιώματα -για την οικονομική τους σημασία παρά για τη δημιουργικότητά τους.

⁴⁶ Οι μεγάλες εταιρείες – Universal, Sony και Warner – είναι με διαφορά οι σημαντικότερες εταιρείες μουσικής παγκοσμίως. Πρόκειται για μεγάλους ομίλους που ασχολούνται με ένα ευρύ φάσμα δραστηριοτήτων παγκοσμίως. Στον τομέα της μουσικής, αυτό περιλαμβάνει τόσο την ηχογραφημένη μουσική όσο και τις εκδόσεις μουσικής. Συνολικά κατέχουν το 70% της αγοράς (βλ. *Digital and physical revenue market share of the largest record companies worldwide from 2012 to 2022*, <https://www.statista.com/statistics/422926/record-companies-market-share-worldwide-physical-digital-revenues/> και αντίστοιχα, *Revenue market share of the largest music publishers worldwide from 2007 to 2022*, <https://www.statista.com/statistics/272520/market-share-of-the-largest-music-publishers-worldwide/>), κάτι που τους επιτρέπει να ασκούν καθοριστική επιρροή στα τεκταινόμενα, επηρεάζοντας τη νομοθετική πολιτική ασκώντας lobbying. Υπάρχουν πολλές άλλες εταιρείες σε όλη τη βιομηχανία, και οι περισσότερες είναι μικρότεροι, ανεξάρτητοι εκδοτικοί οίκοι, οι οποίοι έρχονται αντιμέτωποι με σοβαρές δυσκολίες ανταγωνισμού στη βιομηχανία, με πολύ λιγότερο έλεγχο και επιρροή.

⁴⁷ Α. Γαζής, *Η προστασία των συγγενικών δικαιωμάτων στο δίκαιο της πνευματικής ιδιοκτησίας*, ΕΛΛΔικ 25/1984, σελ. 755

Τα δικαιώματα αναπαραγωγής, διανομής, εκμίσθωσης και διάθεσης μιας εκτέλεσης συνήθως αποδίδονται στον ερμηνευτή ή στον εκτελεστή καλλιτέχνη⁴⁸, στο πρόσωπο που έχει πραγματοποιήσει την εκτέλεση, για παράδειγμα αυτόν που έχει τραγουδήσει το τραγούδι. Αυτός λοιπόν έχει το δικαίωμα να επιτρέψει τις συγκεκριμένες χρήσεις, δίνοντας την άδειά του. Η τελευταία δεν απαιτείται στις περιπτώσεις που προβλέπεται το δικαίωμα εύλογης αμοιβής. Στη μουσική βιομηχανία οι εκτελέσεις στην πλειονότητά τους υπόκεινται σε συμβόλαιο ηχογράφησης μεταξύ του ερμηνευτή (καλλιτέχνη) και της δισκογραφικής εταιρείας. Ο καλλιτέχνης υποχρεούται να παρέχει τις αποκλειστικές ηχογραφήσεις του ως αντάλλαγμα για τη χρηματοδότηση της ηχογράφησης από τη δισκογραφική εταιρεία, καθώς και για την καταβολή ποσοστών (royalties) στον καλλιτέχνη⁴⁹. Αυτήν την αποκλειστικότητα είναι που κατοχυρώνει το δίκαιο πνευματικής ιδιοκτησίας.

Από την άλλη, οι δισκογραφικές εταιρείες παράγουν τα έσοδα τους αναλαμβάνοντας την κυριότητα των πνευματικών δικαιωμάτων του έργου των καλλιτεχνών, ανταλλάσσοντας το έργο για την ευρεία διανομή του μέσω επιχειρηματικών συμφωνιών. Διακινούν άδειες με επιχειρήσεις και καλλιτέχνες για να επιτρέψουν τη χρήση ηχογραφήσεων που καλύπτονται από πνευματικά δικαιώματα. Διάφορα άλλα επιχειρηματικά ζητήματα περικλείονται συνήθως σε αυτές τις συμφωνίες, όπως η διαφήμιση, περιοδεία, παραγωγή, δικαιώματα εκμετάλλευσης (royalties) και δημόσιες σχέσεις⁵⁰. Κατά κάποιο τρόπο, ο καλλιτέχνης παραιτείται από τον έλεγχο των πνευματικών του δικαιωμάτων, επιτρέποντας σε κάποιον άλλον να τα χρησιμοποιήσει και να κάνει συμφωνίες με πολλούς άλλους τρίτους, ενώ οι εταιρείες παίρνουν ένα σημαντικό μερίδιο από όλα τα κέρδη που προκύπτουν. Αυτό είναι το θεμέλιο και το υπόβαθρο της σύγχρονης μουσικής βιομηχανίας. Αποτελείται ουσιαστικά από μεγάλες επιχειρηματικές συμφωνίες που επιτρέπουν ή απαγορεύουν τη χρήση των πνευματικών έργων⁵¹. Ανάλογα με τη δομή των συμβολαίων και των συμφωνιών, οι καλλιτέχνες θα έχουν λιγότερη ή περισσότερη επιρροή στον τρόπο χρήσης της μουσικής τους⁵².

Παραδοσιακά, οι μεγάλες εταιρείες μουσικής επικεντρώνονταν στον εφοδιασμό υπηρεσιών πλήρους κλίμακας μέσω των κύριων δισκογραφικών τους. Σ' αυτές περιλαμβάνονται οι

⁴⁸ InfoSoc Directive, art. 2(b), WPPT, art. 7-10

⁴⁹ P. Isherwood, *ό.π.*, pp. 29 and 31

⁵⁰ K. Pettine, *Streaming & Screaming: Intellectual Property Rights' Survival in a 21st Century Music Industry*, 2021, San Diego Legal Studies Paper No. 21-005

⁵¹ Οι μεγάλες εταιρείες κατέχουν επίσης ορισμένα συμμετοχικά δικαιώματα σε πλατφόρμες streaming. Για παράδειγμα, μετοχές της Spotify αξίας συνολικά 18% το 2008 προσφέρθηκαν και έγιναν αποδεκτές από τους τότε τέσσερις μεγάλους μουσικούς ομίλους (Sony, Universal, Warner και EMI) και το Merlin, το agency συλλογικών ψηφιακών δικαιωμάτων και αδειοδότησης για ανεξάρτητες δισκογραφικές εταιρείες, ως μέρος μιας αρχικής επένδυσης στην τότε βιομηχανία των start-up. Οι Merlin και Warner έχουν αποχωρήσει από τις μετοχές τους, αλλά η Sony διατηρεί μια μειωμένη επένδυση, και η Universal μέχρι στιγμής δεν έχει κάνει καμία πώληση. Επιπλέον, η Warner κατέχει ένα μικρό μερίδιο στη Deezer (House of Commons Digital, Culture, Media and Sport Committee, *Economics of music streaming*, 2021, paragraphs 107-108.)

⁵² K. Pettine, 2021, *ό.π.*

υπηρεσίες Artist & Repertoire⁵³, προώθησης, μάρκετινγκ, δημιουργικής ανάπτυξης, καμπάνιες ραδιοφώνου και υποστήριξης περιοδείας, και έχουν ως στόχο να υποστηρίξουν και να ενισχύσουν τη διανομή της ηχογραφημένης μουσικής ενός καλλιτέχνη. Στα παραδοσιακά συμβόλαια A&R, οι καλλιτέχνες συμφωνούν να δημιουργήσουν ηχογραφήσεις για μια δισκογραφική εταιρεία για έναν συγκεκριμένο αριθμό άλμπουμ και για ένα μεγάλο χρονικό διάστημα. Η δισκογραφική εταιρεία συνήθως κατέχει τα πνευματικά δικαιώματα στην ηχογράφιση, διατηρεί το μεγαλύτερο μέρος των εσόδων που παράγονται μέσω της διανομής και είναι υπεύθυνη για το μεγαλύτερο μέρος των δαπανών (συμπεριλαμβανομένων των δαπανών A&R) που σχετίζονται με τη διανομή. Ο καλλιτέχνης ανταμείβεται με το συμφωνημένο μερίδιο των εσόδων, συνήθως δηλαδή με μία προκαταβολή κεφαλαίου, ακολουθούμενη από πληρωμές δικαιωμάτων (royalties)⁵⁴.

Ωστόσο, τα τελευταία χρόνια η ψηφιοποίηση άνοιξε νέους ορίζοντες για τους καλλιτέχνες. Το χαμηλότερο κόστος διανομής και οι βελτιώσεις στην προσιτή τεχνολογία παραγωγής επέτρεψαν σε ορισμένους καλλιτέχνες να παράγουν ανεξάρτητα τη δική τους μουσική και να την φέρουν στην αγορά. Τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης και τα μοντέλα ψηφιακού μάρκετινγκ τους διευκόλυναν να προωθήσουν τον εαυτό τους και να αποκτήσουν κοινό χωρίς την παρεμβολή ενδιάμεσων.

Σε αυτό το πλαίσιο, νέοι τύποι εταιρειών μουσικής έχουν εμφανιστεί στην αγορά για να υποστηρίξουν τις νέες ανάγκες των ανεξάρτητων καλλιτεχνών. Οι εταιρείες αυτές αναλαμβάνουν πιο συγκεκριμένες υπηρεσίες και όχι ολοκληρωτικά πακέτα A&R όπως στο παρελθόν. Χαρακτηριστικό παράδειγμα αποτελούν οι εταιρείες ψηφιακής διανομής μουσικής με περιορισμένες υποστηρικτικές δυνατότητες. Πρόκειται στην πλειοψηφία για πλατφόρμες DIY, οι οποίες συμβάλλονται με τους καλλιτέχνες και με υπηρεσίες streaming και διαμεσολαβούν στη μεταφόρτωση και διανομή του ρεπερτορίου των πρώτων στις πλατφόρμες των δεύτερων (βλ. CDBaby, Distrokid, Ditto, TuneCore, κ.ά.). Αυτές οι πιο στοχευμένες υπηρεσίες συνήθως προσφέρουν διαφορετικά μοντέλα τιμολόγησης και διάρκειας συμβολαίου⁵⁵ και, αντίθετα με τις παραδοσιακές υπηρεσίες A&R, συνήθως δεν περιλαμβάνουν παραγωγή μουσικής ή οποιαδήποτε μεταφορά ή αδειοδότηση των μουσικών δικαιωμάτων (ο καλλιτέχνης δηλαδή διατηρεί τα δικαιώματα αυτά). Σε μία τέτοια συμφωνία, ο πάροχος συνήθως αναλαμβάνει χαμηλότερο κίνδυνο και αντίστοιχα ένα μικρότερο

⁵³ Το τμήμα A&R των δισκογραφικών εταιρειών είναι υπεύθυνο για την επιλογή των καλλιτεχνών καθώς και την ανάπτυξη οικονομικά εκμεταλλεύσιμου περιεχομένου μουσικής. Αναλαμβάνει την υπογραφή, τη συνεργασία και τη διαχείριση των καλλιτεχνών (ερμηνευτών) και των δημιουργικών τους συνεισφορών και αποτελεσμάτων. (για περισσότερα, βλ. K. Leichter, Master Thesis: *Artist & Repertoire 2.0: A Study on the Influence of Digitisation on the Role of A&R*, 2016, Copenhagen Business School, pp. 2, 10)

⁵⁴ Competition & Markets Authority, *Music and Streaming Market Study: Statement of Scope*, 2022, para 48

⁵⁵ F. Demilt, *Everything you need to know about digital music distribution*, 2022,

<https://www.musicconnection.com/everything-you-need-to-know-about-digital-music-distribution/>

ποσοστό των εσόδων, που σημαίνει ότι ο καλλιτέχνης διατηρεί συνήθως ένα υψηλότερο ποσοστό εσόδων από τη διανομή υπό μία τέτοια συμφωνία⁵⁶.

2.3.3 Στάδιο τρίτο: η υλοποίηση της εκτέλεσης

Στη μουσική βιομηχανία, η πιο συνηθισμένη μορφή υλοποίησης (fixation) του τραγουδιού και της εκτέλεσης είναι ως ηχογράφηση - φωνογράφημα. Όπως και με τις εκτελέσεις, τα φωνογραφήματα δεν θεωρούνται έργο πνευματικής ιδιοκτησίας αλλά συγγενικό δικαίωμα, κι έτσι το Δόγμα του Δημιουργού⁵⁷ δεν εφαρμόζεται. Το φωνογράφημα είναι το αποτέλεσμα της ηχογράφησης του ήχου με τρόπο που μπορεί να αναπαραχθεί και επομένως πρόκειται για μια περισσότερο τεχνική διαδικασία παρά για μια πνευματική δημιουργία όπως τα έργα που προστατεύονται με πνευματικά δικαιώματα. Αυτή η προστασία είναι ανεξάρτητη από το format στο οποίο θα ενσωματωθεί η ηχογράφηση (mp3, CDs, κλπ). Ουσιαστικά, προστατεύεται η προσπάθεια της πρώτης ηχογράφησης αντί για το φυσικό αντίγραφο καθαυτό. Ως αποτέλεσμα, κάθε φυσικό μέσο που περιέχει την ηχογράφηση περιλαμβάνει επίσης την προσπάθεια που έχει γίνει για την πρώτη υλοποίηση της εκτέλεσης και επομένως προστατεύεται⁵⁸.

Όπως και στην περίπτωση των εκτελέσεων, το ίδιο το ευρωπαϊκό δίκαιο δεν ορίζει το φωνογράφημα. Αναφέρει μόνο ότι τα σχετικά με αυτό δικαιώματα πρέπει να χορηγηθούν στον παραγωγό της ηχογράφησης⁵⁹. Ο όρος φωνογράφημα ορίζεται στην Συνθήκη του Παγκόσμιου Οργανισμού Πνευματικής Ιδιοκτησίας (WPPT)⁶⁰ ως «η εγγραφή ήχων προερχόμενων από εκτέλεση ή από άλλους ήχους ή από παράσταση ήχων, εκτός από την υλική ενσωμάτωση σε κινηματογραφική ταινία ή άλλο οπτικοακουστικό έργο». Ωστόσο, το απαιτούμενο όριο εργασίας που πρέπει να έχει προηγηθεί για τη δημιουργία του φωνογραφήματος εξακολουθεί να ποικίλλει μεταξύ των κρατών μελών.

Τα συγγενικά δικαιώματα αναπαραγωγής, διανομής, εκμίσθωσης και διάθεσης των φωνογραφημάτων αποδίδονται *ex lege* στον παραγωγό⁶¹. Ο ρόλος του παραγωγού είναι να συνδυάσει τον καλλιτεχνικό ταλέντο με τους φυσικούς και χρηματικούς πόρους για να δημιουργήσει την τελική και εμπορεύσιμη ηχογράφηση⁶². Ο ορισμός του παραγωγού δεν προβλέπεται ούτε στη Συνθήκη της Ρώμης ούτε στο δίκαιο της ΕΕ, γι' αυτό και γίνεται δανεισμός του από τις διεθνείς συμβάσεις⁶³. Πρέπει να σημειωθεί ότι κατά το νόμο

⁵⁶ E. Mazierska, L. Gillon, T. Rigg, *Popular Music in the Post-Digital Age: Politics, Economy, Culture and Technology*, Bloomsbury Publishing USA, pp. 46

⁵⁷ Σύμφωνα με το δόγμα ή την αρχή του δημιουργού, η πνευματική ιδιοκτησία αποκτάται πρωτοτύπως από το φυσικό πρόσωπο που όντως προβαίνει στην πράξη δημιουργίας του έργου (βλ. Χριστοδούλου, *Δίκαιο Πνευματικής Ιδιοκτησίας*, 2023, Νομική Βιβλιοθήκη, σελ. 69)

⁵⁸ S. Schroff, 2015, *ό.π.*, pp. 40

⁵⁹ InfoSoc art 2(d) and art 3(b)

⁶⁰ WIPO Performances and Phonograms Treaty, article 2b

⁶¹ WIPO Performances and Phonograms Treaty, articles 11-14

⁶² G. Hull, T. Hutchinson and R. Strasser, *The Music Business and Recording Industry- Delivering Music in the 21st Century*, 2011, p. 214.

⁶³ Άρθρο 3 στοιχείο γ' Διεθνούς Σύμβασης της Ρώμης, άρθρο 1 στοιχείο β' Διεθνούς Σύμβασης της Γενεύης και άρθρο 2 στοιχείο δ' Συνθήκης WIPO για τις εκτελέσεις και τα φωνογραφήματα.

παραγωγός δεν είναι ο απλός τεχνικός που επιχειρεί την υλική πράξη εγγραφής ήχων, ούτε ο κατασκευαστής του υλικού φορέα, αλλά το φυσικό ή νομικό πρόσωπο με την ευθύνη και την πρωτοβουλία του οποίου πραγματοποιείται η πρώτη εγγραφή σειράς ήχων⁶⁴.

Στην πράξη, ο παραγωγός ενός δίσκου σπάνια κρατά τα δικαιώματα στο τελικό προϊόν. Συνήθως, αυτά μεταβιβάζονται σε μια δισκογραφική εταιρεία. Οι παραγωγοί μπορούν είτε να εργαστούν απευθείας για μια δισκογραφική εταιρεία είτε να είναι ανεξάρτητοι. Εάν ο παραγωγός εργάζεται για τη δισκογραφική εταιρεία με αντάλλαγμα μια αμοιβή, είναι πιθανό η τύχη των δικαιωμάτων να ορίζεται στη σύμβαση του παραγωγού με την δισκογραφική. Ωστόσο, στην πράξη, οι περισσότεροι παραγωγοί είναι ανεξάρτητοι και σε αυτήν την περίπτωση, η δισκογραφική εταιρεία αποκτά έλεγχο στα δικαιώματα με βάση ένα μετέπειτα συμβόλαιο⁶⁵. Τα δικαιώματα στην ηχογράφηση μεταφέρονται από τον ανεξάρτητο παραγωγό δίσκων στη δισκογραφική εταιρεία με αντάλλαγμα μια προκαταβολή και μια αμοιβή από τα royalties⁶⁶.

Συνοψίζοντας, η ενσωμάτωση του ήχου σε ένα μέσο αναπαραγωγής προστατεύεται με τα συγγενικά δικαιώματα επί του φωνογραφήματος. Τα δικαιώματα χορηγούνται στον παραγωγό, ο οποίος μπορεί να είναι είτε νομικό πρόσωπο είτε φυσικό πρόσωπο. Προκειμένου να προστατευτεί, ωστόσο, το φωνογράφημα πρέπει να πληροί ένα ελάχιστο επίπεδο εργασίας και επένδυσης. Στην πράξη, τα δικαιώματα στην ηχογράφηση μιας μουσικής εκτέλεσης συνήθως ανήκουν στη δισκογραφική εταιρεία. Ταυτόχρονα, οι ερμηνευτές και οι παραγωγοί έχουν δικαιώματα αμοιβής. Πρέπει να επισημανθεί βέβαια ότι ενώ η δισκογραφική εταιρεία κατέχει τα δικαιώματα στην ηχογράφηση, συνήθως δεν κατέχει τα δικαιώματα στο υποκείμενο τραγούδι -τα αποκτά βέβαια δευτερογενώς. Αντίστροφα, ενώ ο εκδότης κατέχει τα δικαιώματα στο τραγούδι, συνήθως δεν κατέχει τα δικαιώματα στην ηχογράφηση⁶⁷. Ως αποτέλεσμα της πρακτικής της βιομηχανίας, εκείνοι (συνήθως νομικά πρόσωπα) που μπορούν να εκμεταλλευτούν εμπορικά το αντικείμενο είναι αυτοί που έχουν το αντίστοιχο δικαίωμα εκμετάλλευσης. Στο πλαίσιο των φωνογραφήματων, αυτό το πρόσωπο θα είναι η δισκογραφική εταιρεία.

2.3.4 Στάδιο τέταρτο: η κυκλοφορία του έργου

Δημοσίευση

Ένας από τους τρόπους να κυκλοφορήσει το τραγούδι στην αγορά αποτελεί η δημοσίευση της εγγεγραμμένης εκτέλεσης ή του φωνογραφήματος, η οποία ορίζεται ως «η διάθεση στο κοινό αντιτύπων της εκτέλεσης ή του φωνογραφήματος, με τη συναίνεση του δικαιούχου, και υπό τον όρο ότι τα αντίτυπα προσφέρονται στο κοινό σε εύλογη ποσότητα»⁶⁸. Πρόκειται δηλαδή για την ενσωμάτωση του τραγουδιού σε ένα φυσικό μέσο που μπορεί να αγοραστεί από τον

⁶⁴ Δ. Καλλινίκου, *ό.π.*, σελ. 302

⁶⁵ P. Isherwood, *ό.π.*, p. 40.

⁶⁶ G. Hull, T. Hutchinson and R. Strasser, *The Music Business and Recording Industry- Delivering Music in the 21st Century*, p. 217; P. Isherwood, *ό.π.*, pp. 40-41.

⁶⁷ P. Isherwood, *ό.π.*, p. 34

⁶⁸ WPPT, art 2(e)

καταναλωτή σε ένα κατάσταση και στη συνέχεια να αναπαραχθεί, για παράδειγμα στο σπίτι του.

Μετάδοση

Εκτός από την διανομή της όμως σε φυσική μορφή, είναι επίσης συνηθισμένο η μουσική να μεταδίδεται, είτε μέσω ραδιοφώνου είτε διαδικτυακά. Στην περίπτωση μιας ραδιοφωνικής εκπομπής, η ηχογραφημένη εκτέλεση μεταδίδεται στο κοινό των ακροατών. Όπως και με τη δημιουργία ενός δίσκου, η μετάδοση στο ραδιόφωνο είναι κοστοβόρα διαδικασία, καθώς περιλαμβάνει, για παράδειγμα, τη συντήρηση της σχετικής υποδομής και την προσπάθεια και τη δεξιότητα στη διεξαγωγή της μετάδοσης. Για να διασφαλιστεί ότι οι επενδυτές είναι πρόθυμοι να αναλάβουν αυτούς τους κινδύνους, τους παρέχεται ένα συγγενικό δικαίωμα για να προστατεύσουν την εργασία και την επένδυσή τους: το δικαίωμα μετάδοσης (broadcast).

Σύμφωνα με τη Συνθήκη του Παγκόσμιου Οργανισμού Πνευματικής Ιδιοκτησίας (WPPT)⁶⁹, ως εκπομπή νοείται «... η μετάδοση ήχων ή εικόνων και ήχων ή των παραστάσεων τους με ασύρματα μέσα με σκοπό τη δημόσια λήψη ...», ορισμός που συμπίπτει με αυτόν που περιέχεται στη Συνθήκη της Ρώμης⁷⁰. Η έννοια της εκπομπής δεν ορίζεται σε επίπεδο ΕΕ πέρα από αυτό το σημείο, αλλά ο πυρήνας της περιλαμβάνει τη δραστηριότητα της μετάδοσης και ιδιαίτερα την προσπάθεια και την επένδυση που απαιτούνται για να γίνει αυτό, κάτι που αντανακλάται στον τρόπο που τα κράτη μέλη το προσεγγίζουν. Συνεπώς, ισχύει ο εθνικός ορισμός της πρωτοτυπίας.

Συνοψίζοντας, όταν ένα έργο μεταδίδεται στο ραδιόφωνο ή διαδικτυακά, χορηγείται προστασία στον μεταδίδων οργανισμό για την υλοποίηση αυτής της εκπομπής. Η προστασία, ωστόσο, αναφέρεται μόνο στη μετάδοση καθαυτή και όχι στο έργο που περιλαμβάνεται σε αυτήν. Ως αποτέλεσμα, η προστασία αυτή δημιουργεί ένα επιπλέον προστατευτικό επίπεδο πάνω στα έργα και τα δικαιώματα που δημιουργήθηκαν πριν ή ξεχωριστά από αυτήν.

Παρουσίαση στο κοινό

Πέραν της διανομής αντιτύπων και της ραδιοηλεκτρονικής μετάδοσης, ένα τραγούδι δύναται να παρουσιαστεί στο κοινό και με άλλους τρόπους, ιδίως μέσω της ψηφιακής διάδοσής του στο διαδίκτυο. Το ενωσιακό δίκαιο⁷¹ αναγνωρίζει στο δημιουργό την εξουσία (δικαίωμα) να επιτρέπει ή να απαγορεύει την παρουσίαση στο κοινό των έργων του, ενσυρμάτως ή ασυρμάτως με οποιονδήποτε άλλο τρόπο, καθώς και να καθιστά προσιτά τα έργα του στο κοινό κατά τρόπο ώστε οποιοσδήποτε να έχει πρόσβαση στα έργα αυτά, όπου και όταν επιλέγει ο ίδιος. Ο προσδιορισμός της έννοιας του «κοινού» αφήνεται στην εθνική νομοθεσία

⁶⁹ WPPT, art 2(f)

⁷⁰ Rome Convention, art 3(f).

⁷¹ Άρθρο 3 παρ. 1 Οδηγία Infosoc 2001/29

και στα εθνικά δικαστήρια⁷², αφού σε διεθνές και ενωσιακό επίπεδο δεν υπάρχει ένας σχετικός ορισμός γενικά αποδεκτός.

Στην έννοια της παρουσίασης στο κοινό περιλαμβάνεται ρητά και η κατ' αίτηση μετάδοση (transmission on demand). Ειδικότερα αναγνωρίζεται στο δημιουργό το αποκλειστικό δικαίωμα να διαθέτει στο κοινό τα έργα του μέσω κατ' αίτηση μεταδόσεων με διαλογική μορφή, έτσι ώστε το κοινό να έχει πρόσβαση στις μεταδόσεις αυτές από τον τόπο και το χρόνο που επιλέγει ατομικά (αιτ.σκ. 25 Οδηγίας 2001/29). Αντίστοιχα, το άρθρο 8 της Συνθήκης WIPO για την Πνευματική Ιδιοκτησία, προβλέπει το αποκλειστικό δικαίωμα του δημιουργού παρουσίασης στο κοινό συμπεριλαμβανομένης και της μετάδοσης έργων κατά τέτοιο τρόπο, ώστε οποιοσδήποτε από το κοινό να μπορεί να έχει πρόσβαση στα έργα αυτά από τον τόπο και το χρόνο της επιλογής του⁷³. Τέλος, από τα προαναφερθέντα νομοθετικά κείμενα⁷⁴ προκύπτει ότι η απλή παροχή των υλικών μέσων για τη διευκόλυνση ή την πραγματοποίηση της παρουσίασης δεν αποτελεί καθαυτή παρουσίαση στο κοινό.

II. Streaming

1. Η Ιστορία του Streaming

Η μουσική βιομηχανία έχει μια μακρά και περίπλοκη σχέση με την τεχνολογία, και για μεγάλο μέρος της ιστορίας της κατάφερε επιτυχώς να αξιοποιήσει τις καινοτομίες στα φορμάτ ηχογράφησης και αναπαραγωγής, από τα βινύλια μέχρι τις κασέτες και τα CD, προκειμένου να προστατεύσει αλλά και να αυξήσει τα έσοδα που προέρχονται από τα δικαιώματα πνευματικής ιδιοκτησίας που κατέχονται στις ηχογραφήσεις και στις μουσικές εκδόσεις.

Οι πρώτες αναφορές στον όρο "streaming" πιθανότατα χρονολογούνται από τη δεκαετία του 1970, ενώ ο όρος χρησιμοποιήθηκε ευρέως από τη δεκαετία του 1980. Τότε, το streaming είχε κυρίως μια τοπικά περιορισμένη έννοια, όπως, παραδείγματος χάριν, ότι μπορούσε κάποιος να παρακολουθεί κάτι ενώ γράφει στον ίδιο υπολογιστή ή να μεταδίδει δεδομένα σε ένα τοπικό δίκτυο. Τα ευρυζωνικά δίκτυα της εποχής δεν είχαν ούτε τη χωρητικότητα ούτε τα

⁷² Σύμφωνα με την εθνική νομοθεσία, δημόσια είναι η παρουσίαση «που κάνει το έργο προσιτό σε κύκλο ευρύτερο από το στενό κύκλο της οικογένειας και το άμεσο κοινωνικό περιβάλλον, ανεξαρτήτως από το αν τα πρόσωπα αυτά του ευρύτερου κύκλου βρίσκονται στον ίδιο ή σε διαφορετικούς χώρους» (άρθρο 3 παρ.2 Ν.2121/1993). Συνεπώς, η παρουσίαση στο κοινό εκλαμβάνεται ως μια ευρεία έννοια που αφορά κάθε πράξη -πέραν της διανομής αντιτύπων, της δημόσιας εκτέλεσης και της ραδιοτηλεοπτικής μετάδοσης που αναφέρονται σε ειδικότερες ρυθμίσεις του νόμου- με την οποία το έργο γίνεται προσιτό σε έναν αριθμό ατόμων που δεν χαρακτηρίζονται μεταξύ τους από ιδιαίτερες οικογενειακές, συγγενικές ή προσωπικές σχέσεις (βλ. Δ. Καλλινίκου, ό.π., σελ. 161).

⁷³ Αντίθετα, στην περίπτωση της ραδιοτηλεοπτικής μετάδοσης το περιεχόμενο μεταδίδεται από ραδιοτηλεοπτικό οργανισμό προς ένα παθητικό κοινό που απλώς παραλαμβάνει το εκπεμπόμενο σήμα από το δέκτη του.

⁷⁴ Κοινή δήλωση σχετικά με το άρθρο 8 της Συνθήκης WIPO για τη Πνευματική Ιδιοκτησία, και αιτιολογική σκέψη 27 της Οδηγίας 2001/29

πρωτόκολλα για να επιτρέψουν την σε πραγματικό χρόνο μετάδοση του οτιδήποτε εκτός από απλό κείμενο⁷⁵.

Η πρώτη απομακρυσμένη μετάδοση ήχου πιθανότατα έλαβε χώρα το 1991 και κατά τη διάρκεια της δεκαετίας αυτής, η τεχνολογία του ηχητικού streaming αναπτύχθηκε γρήγορα⁷⁶. Η πρώτη βιομηχανία που επηρεάστηκε από το Internet streaming ήταν η ραδιοφωνική. Στα τέλη της δεκαετίας του 1990 και στις αρχές της δεκαετίας του 2000, ολοένα και περισσότεροι καθιερωμένοι ραδιοφωνικοί σταθμοί άρχισαν να προσφέρουν τις καθημερινές τους εκπομπές και μέσω Internet, μια υπηρεσία ιδιαίτερα δημοφιλή.

Έπειτα, κάποιοι διαδικτυακοί μουσικοί ραδιοφωνικοί σταθμοί άρχισαν να αναπτύσσουν επιλέξιμα χαρακτηριστικά, όπου ο ακροατής είχε τη δυνατότητα να επιλέξει μουσική ανάλογα με το είδος ή τις λίστες αναπαραγωγής. Ως αποτέλεσμα, αυτοί οι σταθμοί αποτέλεσαν τους προδρόμους των υπηρεσιών μουσικού streaming κατά απαίτηση⁷⁷. Ωστόσο, ενώ δόθηκε η δυνατότητα στους διαδικτυακούς ραδιοφωνικούς σταθμούς να λειτουργούν μέσω επεκτάσεων των συμφωνιών άδειας μετάδοσής τους, οι πρώιμες υπηρεσίες streaming μουσικής λειτουργούσαν σε ένα πιο ασαφές και περίπλοκο νομικό τοπίο και συχνά αντιμετώπιζαν περιορισμούς και αντίσταση από την καθιερωμένη μουσική βιομηχανία.

Από τα τέλη της δεκαετίας του 1990 και μετά, ο διαμοιρασμός αρχείων MP3 μέσω πρωτότυπων πλατφορμών, γνωστών ως δίκτυα peer-to-peer (P2P), άλλαξε θεμελιωδώς την έννοια της αναπαραγωγής στη μουσική βιομηχανία, μειώνοντας δραματικά τα έσοδα από τις πωλήσεις ηχογραφημένης μουσικής, της κύριας πηγής εσόδων της βιομηχανίας μέχρι εκείνη την στιγμή⁷⁸. Χρηματοδοτούμενα από επιχειρηματικά κεφάλαια, τα δίκτυα peer-to-peer, αυτές οι "προ-πλατφόρμες", αντιπροσώπευαν το πρώτο κύμα «πλατφορμοποίησης» στη μουσική βιομηχανία, λειτουργώντας κυρίως ως παράνομοι ψηφιακοί μεσολαβητές, προσφέροντας την υπόσχεση δωρεάν πρόσβασης σε μουσικούς καταλόγους προκειμένου να προσελκύσουν χρήστες στα δίκτυά τους, στα οποία πουλούσαν διαφημίσεις - και, σε ορισμένες περιπτώσεις, κακόβουλο λογισμικό - που δημιουργούσαν έσοδα για τους ιδιοκτήτες του δικτύου. Ως λογικό επόμενο, τα έσοδα για τους κατόχους των μουσικών δικαιωμάτων έπεσαν απότομα, καθώς τα P2P δίκτυα χρησιμοποιούσαν προστατευόμενο υλικό χωρίς άδεια ή αντάλλαγμα. Αυτή η πτώση αντιμετωπίστηκε μόνο μέσω διαπραγμάτευσης της μουσικής βιομηχανίας με μεγάλες τεχνολογικές εταιρείες για τον επαναπροσδιορισμό της επαναμεσολάβησης στις πλατφόρμες υπό πιο ευνοϊκούς όρους⁷⁹.

Η απειλή που τέθηκε από την ανοικτή ψηφιακή μορφή των αρχείων MP3 υποχώρησε εν μέρει στις αρχές της δεκαετίας του 2000 με την άνοδο νέων υπηρεσιών «πληρωμής για λήψη»

⁷⁵ HS Spilker and T. Colbjørnsen, *The dimensions of streaming: toward a typology of an evolving concept*, 2020, *Media Culture & Society* 42(7-8), page 1212

⁷⁶ HS Spilker and S. Hoier, *Technologies of piracy? exploring the interplay between commercialism and idealism in the development of MP3 and DivX*, 2013, *International Journal of Communication* 7: page 2067–2086

⁷⁷ JW Morris, *Selling Digital Music: Formatting Culture*, 2015, Oakland, CA: University of California Press.

⁷⁸ T. McCourt and P. Burkart, "When creators, corporations and consumers collide: Napster and the development of on-line music distribution", 2003, *Media Culture & Society*

⁷⁹ A. Watson & A. Leyshon, 2022, ό.π.

(pay-to-download). Η πρώτη επένδυση στην ψηφιακή μουσική που είχε τη συλλογική υποστήριξη της μουσικής βιομηχανίας, ήταν η ίδρυση της νόμιμης υπηρεσίας λήψης της Apple, το iTunes, το 2003. Ωστόσο, ακόμα και αν το iTunes Store γνώρισε μια σταθερή ανάπτυξη εκείνη την περίοδο, δεν κατάφερε να αντισταθμίσει τη μείωση των πωλήσεων CD. Οι παράνομες λήψεις αυξήθηκαν ακόμη περισσότερο, ενώ οι υπηρεσίες streaming βασισμένες σε περιεχόμενο που δημιουργείται από τους χρήστες (UGC) όπως το MySpace και το YouTube έγιναν επίσης σημαντικοί παίκτες στον μουσικό τομέα. Το έδαφος ήταν πλέον πρόσφορο και για άλλους τύπους πρωτοβουλιών.

Η εκκίνηση του Spotify το 2008 ήταν η κρίσιμη στιγμή της επανάστασης στο streaming στη μουσική· αργότερα ακολούθησαν οι Tidal, Apple Music, YouTube Music, και περισσότεροι⁸⁰. Το streaming όχι μόνο σταμάτησε και στη συνέχεια ανέστρεψε τη μείωση των εσόδων από την ηχογραφημένη μουσική⁸¹, αλλά επαναδιαμόρφωσε τη μουσική βιομηχανία. Η επιτυχία του Spotify είναι ενδεικτική των αλλαγών στον τρόπο με τον οποίο οι καταναλωτές αγοράζουν μουσική, αντιπροσωπεύοντας μια μετάβαση από την πληρωμή για την ιδιοκτησία μιας μουσικής βιβλιοθήκης σε, αντ' αυτού, πρόσβαση σε ένα πολύ πιο εκτενές αρχείο - είτε απευθείας, μέσω συνδρομής, είτε έμμεσα, μέσω έκθεσης σε διαφημίσεις. Οι Bustinza κ.ά.⁸² περιγράφουν πώς η μετάβαση στο streaming αντιπροσωπεύει «μια θεωρητική μετατόπιση στην κατανόηση του τι είναι η λιανική μουσική, παρουσιάζοντας τη μουσική στους καταναλωτές όχι ως ένα προϊόν αλλά ως μια υπηρεσία». Με την αποσύνδεση της διανομής της μουσικής από τα φυσικά φορμάτ στη «μετα-μουσική βιομηχανία»⁸³, οι βιομηχανίες που σχετίζονταν με τη μουσική άρχισαν να επικεντρώνονται λιγότερο στην πώληση της ιδιοκτησίας των ηχογραφήσεων και άρχισαν να κατευθύνονται όλο και περισσότερο προς το να προσφέρουν συνθήκες πρόσβασης σε ψηφιακούς καταλόγους ηχογραφημένης μουσικής μέσω των αντιτίμων που καταβάλλονται στις μουσικές πλατφόρμες streaming.

Η μουσική βιομηχανία ήταν πρωτοπόρος στους ψηφιακούς μετασχηματισμούς και σε μία διαδικασία που περιγράφεται από τους Langley και Leyshon⁸⁴ ως «επαναδιαμεσολάβηση των πλατφορμών». Αυτή η διαδικασία πρώτα κατέστρεψε και στη συνέχεια ανακατασκεύασε ένα μοντέλο επιχειρηματικότητας που βασίζεται στην εκμετάλλευση των μουσικών δικαιωμάτων. Η εύκολη διακίνηση των αρχείων MP3 μείωσε τους φραγμούς στην είσοδο της αγοράς⁸⁵ και διευκόλυνε το πρώτο κύμα της επαναδιαμεσολάβησης των

⁸⁰ Hendrik Storstein Spilker and Terje Colbjørnsen, 2020, *ό.π.*, σελ 1210–1225

⁸¹ Σύμφωνα με το IFPI Global Music Report 2023, το 2022 τα συνολικά έσοδα της ηχογραφημένης μουσικής βιομηχανίας ανέρχονται σε 4,6 δις δολάρια από φυσικά μέσα, ενώ σε 17,5 δις δολάρια από το streaming. Βλ. <https://globalmusicreport.ifpi.org/>

⁸² O.F. Bustinza, F. Vendrell-Herrero, G.C. Parry, V. Myrthianos, *Music business models and piracy*, 2013 *Industrial Management and Data Systems*, 113(1) 4-22

⁸³ K. Negus, *From creator to data: the post-record music industry and the digital conglomerates*. 2019, *Media, Culture and Society*, 41(3), pp. 367-384.

⁸⁴ P. Langley, & A. Leyshon, *The platform political economy of FinTech: Reintermediation, consolidation and capitalization*, 2021, *New Political Economy*, 26(3), 376-388.

⁸⁵ A. Leyshon, *Reformatted: code, networks, and the transformation of the music industry*, 2014, Oxford

πλατφορμών της μουσικής βιομηχανίας, μέσω συστημάτων ψηφιακού διαμοιρασμού αρχείων, των γνωστών δικτύων P2P, που (παράνομα) εισήχθησαν ανάμεσα σε καλλιτέχνες και δισκογραφικές εταιρείες από τη μια πλευρά της αγοράς ηχογραφημένης μουσικής και το κοινό από την άλλη.

Στο δεύτερο κύμα επαναδιαμεσολάβησης των πλατφορμών, οι πάροχοι μουσικών υπηρεσιών (Music Service Providers ή MSPs) βοήθησαν στο να κλείσει η ανεξέλεγκτη αναπαραγωγή και διακίνηση της μουσικής, καθώς οι χρήστες μπορούσαν πλέον να έχουν πρόσβαση μόνο μέσω της πλατφόρμας. Με τη βιομηχανία της μουσικής να έχει περίπου σταθεροποιηθεί γύρω από το φορμάτ του streaming -με εξαίρεση τις σημαντικές εντάσεις και διαφορές σχετικά με τις ισοτιμίες των εσόδων από τις πλατφόρμες streaming⁸⁶- νέοι κύκλοι καινοτομίας αναδύθηκαν. Τα όρια μεταξύ της μουσικής και της τεχνολογίας άρχισαν να θολώνουν χάρη στους πρόσφατους τεχνολογικούς μετασχηματισμούς περιλαμβανομένων, μεταξύ άλλων, των κοινωνικών μέσων δικτύωσης, του streaming, του περιεχομένου που δημιουργούν οι χρήστες, της αλληλεπίδρασης, της κοινοποίησης περιεχομένου μεταξύ μίας κοινότητας, των τεχνολογιών που αναγνωρίζουν την τοποθεσία και της επιθυμίας των επενδυτών και των εταιρειών ριψοκίνδυνου επιχειρησιακού κεφαλαίου (venture capitals) για χρηματοδότηση νέων τεχνολογιών και επιχειρηματικών μοντέλων που μπορεί να διαταράξουν περαιτέρω τις κατεστημένες βιομηχανίες. Τέτοιες επιχειρήσεις έχουν αρχίσει να χαρακτηρίζονται ως "**MusicTech**", αντανακλώνοντας τη χρήση του επιθέτου "Tech" για να περιγράψει την καινοτομία σε άλλους τομείς της οικονομίας, όπως το FinTech και το HealthTech⁸⁷.

Επομένως, ένα τρίτο κύμα επαναδιαμεσολάβησης των πλατφορμών στη μουσική βιομηχανία έχει κινηθεί από τον αναδύμενο τομέα του MusicTech, ο οποίος χαρακτηρίζεται από επιχειρηματική δραστηριότητα και τεχνολογική καινοτομία που λαμβάνει χώρα κυρίως έξω από τις μεγάλες μουσικές εταιρείες, σε τομείς όπως η παραγωγή μουσικής, η έκδοση, η κατανόηση και η διανομή⁸⁸. Αυτές οι επιχειρήσεις αναπτύσσουν εφαρμογές που αναζητούν νέους τρόπους διαμεσολάβησης μεταξύ καλλιτεχνών, εταιρειών μουσικής και κοινού, δημιουργώντας νέες ροές εσόδων και ένα πιο πολύπλοκο και ευρύ οικοσύστημα στη βιομηχανία της μουσικής.

Ο όρος "MusicTech" χρησιμοποιήθηκε για πρώτη φορά μετά την εμφάνιση πλατφορμών όπως το iTunes της Apple, το Spotify, το Shazam και το Soundcloud στις αρχές της δεκαετίας του 2000. Η σταθεροποίηση της μουσικής βιομηχανίας μετά την ανάδυση του streaming οδήγησε σε μια έκρηξη μικρών, υψηλά καινοτόμων εταιριών start-up που κατασκεύαζαν πλατφόρμες, υπηρεσίες και εφαρμογές που επικεντρώνονταν σε παραγωγή, διανομή και

University Press, page 81

⁸⁶ D. Hesmondhalgh, *Is music streaming bad for musicians? problems of evidence and argument*, 2020, New Media and Society.

⁸⁷ A. Watson, A. Leyshon, & G. Windsor, *Tech start-up capitalisation in an oligopolistic copyright industry: the case of the contemporary music industry*, 2023, Cultural Trends, page 2

⁸⁸ A. Dumbreck, and G. McPherson, *Music entrepreneurship*, 2016, London: Bloomsbury Publishing

κατανάλωση μουσικής στην εποχή του streaming⁸⁹. Η εμφάνιση του σύγχρονου τομέα MusicTech μπορεί να θεωρηθεί ως το επόμενο στάδιο της εξέλιξης μιας βιομηχανίας στην οποία ένας μικρός αριθμός υπαρχόντων εταιρειών, μαζί με τις πλέον ιδρυμένες MSPs, και ένα πολύ μεγαλύτερο αριθμό ανεξάρτητων δισκογραφικών εταιρειών, μεσολαβητών και start-ups στον τομέα του MusicTech, συμμετέχουν όλοι στην διαδικασία της «επαναδιαμεσολάβησης των πλατφορμών»⁹⁰.

2. Ορισμός του Streaming

Ανά καιρούς, διάφοροι εταιρικοί εκπρόσωποι, διαδικτυακοί ακτιβιστές ή θεωρητικοί έχουν προσπαθήσει να ορίσουν και να στοιχειοθετήσουν την έννοια του streaming, συνήθως με έμφαση σε μία πτυχή ή χαρακτηριστικό του. Στον πυρήνα του, το streaming φαίνεται να σημαίνει ένα ανεξάντλητο τρόπο διανομής και κατανάλωσης περιεχομένου πολυμέσων. Προτού όμως γίνει μια προσπάθεια ειδικότερης προσέγγισης των μορφών που έχει πάρει στις μέρες μας το streaming, κρίνεται αναγκαίο να γίνει κατανοητός ο τεχνικός τρόπος λειτουργίας του.

Ξεκινώντας λοιπόν από ένα απολύτως τεχνικό επίπεδο, το streaming μπορεί να οριστεί - όπως συνήθως χρησιμοποιείται σε σχέση με τις υπηρεσίες Διαδικτύου και νέων μέσων- ως η μετάδοση και ανάκτηση ψηφιακού περιεχομένου που αποθηκεύεται και υπόκειται σε επεξεργασία σε απομακρυσμένο διακομιστή. Αντίθετα με την λήψη (downloading), το περιεχόμενο παραμένει μόνο προσωρινά στην μνήμη cache και δεν αποθηκεύεται μόνιμα στον σκληρό δίσκο της συσκευής του χρήστη. Επιπλέον, η μετάδοση λαμβάνει χώρα μέσω ψηφιακών δικτύων βασισμένων στο TCP/IP, το υποκείμενο πρωτόκολλο που βρίσκεται στην καρδιά όλων των μεταδόσεων στο Διαδίκτυο. Η βασική αρχή του TCP/IP είναι γνωστή ως "packet switching", που σημαίνει ότι το περιεχόμενο δεν μεταφέρεται ως σταθερά, συνεχή ρεύματα (ακόμα και στην περίπτωση του "streaming content") σε ανοιχτές, αδιάκοπες γραμμές (όπως η παραδοσιακή ραδιοτηλεόραση ή η τηλεφωνία), αλλά σε μικρά, συνεχόμενα πακέτα δεδομένων που σφραγίζονται και ξανανοίγονται (όπως τα παραδοσιακά γράμματα). Το πρότυπο του packet switching χαρακτηρίζεται από διάφορες πτυχές που συνέβαλαν στη δημοφιλία των λύσεων διαδικτυακού streaming: η δυνατότητα για ετεροχρονισμένη ακρόαση και ανάκτηση περιεχομένου κατόπιν αιτήματος, η πρόσβαση σε μεγάλες βιβλιοθήκες περιεχομένου, ο ανεξάντλητος αριθμός καναλιών και η χρήση πολλαπλών συσκευών για την ανάκτηση⁹¹.

Μία υπηρεσία streaming καθορίζεται ως μια υπηρεσία που επιτρέπει στους καταναλωτές να ακούν νόμιμα ηχογραφημένη μουσική, κατά παραγγελία (on-demand)⁹². Αυτό περιλαμβάνει υπηρεσίες που:

⁸⁹ A. Watson & A. Leyshon, 2022, ό.π., σελ. 327

⁹⁰ Langley, P., & Leyshon, A. *The platform political economy of FinTech: Reintermediation, consolidation and capitalization*, 2021, *New Political Economy*, 26(3), 376-388

⁹¹ HS Spilker and T. Colbjørnsen, 2020, ό.π.

⁹² Competition & Markets Authority, 2022, ό.π.

(a) παρέχουν εμπορικά αποκτημένο περιεχόμενο (αναφέρεται παρακάτω ως «μουσικές υπηρεσίες streaming εμπορικού περιεχομένου»). Αυτές μπορεί να είναι είτε δωρεάν για χρήση (μέσω διαφημίσεων ή συνδρομών "freemium") είτε να απαιτούν πληρωμή συνδρομής. Ορισμένες προσφέρουν και τις δύο επιλογές, δηλαδή δωρεάν χρήση (freemium) και επιλογές επί πληρωμή (premium).

(b) προσφέρουν μια πλατφόρμα για τους χρήστες να ανεβάζουν περιεχόμενο (υπηρεσίες "user-uploaded content" ή UUC). Το περιεχόμενο μουσικής που ανεβάζουν οι χρήστες μπορεί να είναι εντελώς πρωτότυπο. Ωστόσο, μπορεί επίσης να είναι αντίγραφο (ή να περιλαμβάνει) εμπορική μουσική. Οι υπηρεσίες UUC είναι συνήθως δωρεάν (με διαφημίσεις).

Οι μουσικές υπηρεσίες streaming προσφέρουν στους καταναλωτές εύκολη πρόσβαση στη διαδικτυακή μουσική και έχουν αλλάξει ριζικά τον τρόπο με τον οποίο πολλοί άνθρωποι αποκτούν και ακούν μουσική. Με το streaming, η μουσική δεν αποκτάται πλέον από τους καταναλωτές με παραδοσιακό μοντέλο ιδιοκτησίας (σύμφωνα με το οποίο ο καταναλωτής αγοράζει ένα προϊόν και του ανήκει ανήκει για πάντα, είτε σε φυσική μορφή είτε ως ψηφιακή λήψη) αλλά του δίνεται πρόσβαση σε αυτή κατόπιν απαίτησης. Με αυτήν τη μετάβαση, οι καταναλωτές συνολικά πληρώνουν σημαντικά λιγότερα χρήματα για την πρόσβαση στην ηχογραφημένη μουσική σε σύγκριση με την εποχή των φυσικών πωλήσεων μουσικής⁹³. Επίσης, οι καταναλωτές μπορούν να ακούν μια τεράστια ποικιλία μουσικής σε μία απεριόριστη, "all-you-can-eat" βάση, μέσω ευρύτερου φάσματος συσκευών, ιδιαίτερα συσκευών κινητής τηλεφωνίας που συνδέονται στο Διαδίκτυο, όπως τα smartphones και τα έξυπνα ηχεία με φωνητική υποστήριξη.

Στην επόμενη ενότητα, περιγράφονται συνοπτικά, όπως εντοπίστηκαν από τους Spilker και Colbjornsen⁹⁴, οι πέντε διαστάσεις που διαδραματίζουν ρόλο-κλειδί στην εξέλιξη του streaming.

3. Κατηγορίες Streaming

3.1 Streaming επαγγελματικού περιεχομένου και περιεχομένου παραγόμενο από τους χρήστες

Υπάρχει μια εμφανής διάκριση μεταξύ των πλατφορμών streaming που βασίζουν την επιχειρηματική τους ιδέα στη διανομή επαγγελματικά παραγόμενου περιεχομένου [είτε δικών τους παραγωγών, όπως οι υπηρεσίες τηλεοπτικών καναλιών (βλ. HBO Now), είτε παραγωγών τρίτων, όπως το Spotify] και των πλατφορμών που προσφέρουν στους χρήστες τη δυνατότητα και τα μέσα για μετάδοση του δικού τους περιεχομένου (όπως το YouTube, το Twitch και το Soundcloud). Αναμφίβολα, ήταν η εμφάνιση του YouTube και το φαινόμενο του "user-generated content" (UGC) που μετέφερε το streaming στο επίκεντρο της ανάπτυξης του

⁹³ Η μέση κατά κεφαλή δαπάνη έχει μειωθεί σε περίπου £20 ετησίως για την ηχογραφημένη μουσική από το 2010, σε σύγκριση με τα £60 ετησίως κατά μέσο όρο το 2000. House of Commons Digital, Culture, Media and Sport Committee, 2021, ό.π., σελ. 24

⁹⁴ House of Commons Digital, Culture, Media and Sport Committee, 2021, ό.π.

Διαδικτύου και των μέσων ενημέρωσης. Οι Burgess και Green⁹⁵ επισημαίνουν πως το YouTube βασίστηκε στην κληρονομιά των ιστότοπων κοινοτικής κοινοποίησης για ερασιτεχνικά βίντεο και ότι η αρχική επιτυχία της πλατφόρμας οφείλεται στην ικανότητά της να εξυπηρετεί τα ενδιαφέροντα των χρηστών της.

3.2 Νόμιμο και πειρατικό streaming

Η πιο πρόσφατη έκθεση (2023) της Παγκόσμιας Ένωσης της Φωνογραφικής Βιομηχανίας (IFPI)⁹⁶, δείχνει ότι το streaming μουσικής εξακολουθεί να υπάρχει τόσο σε νόμιμες όσο και σε παράνομες εκδοχές. Ενώ στις νόμιμες υπηρεσίες streaming παρατηρείται εντυπωσιακή ανάπτυξη, το 29% των παγκόσμιων ακροατών μουσικής εξακολουθούν να αποκτούν μουσική μέσω παράνομων ή μη αδειοδοτημένων μέσων, και η πιο δημοφιλής μορφή παραβίασης πνευματικών δικαιωμάτων είναι το "stream-ripping", η παράνομη πρακτική της δημιουργίας ενός μεταφορτώσιμου αρχείου από περιεχόμενο που είναι διαθέσιμο διαδικτυακά για streaming.

Ιστορικά, η πειρατεία (καθώς και η νομιμότητα) ήταν ένας κινούμενος στόχος. Ο Lobato⁹⁷ αναλύει πώς διάφορες μορφές πειρατικού streaming αναπτύχθηκαν στη δεκαετία του 2010 και κυρίως αντικατέστησαν την κυρίαρχη πειρατεία που βασιζόταν στη λήψη μέσω torrent της δεκαετίας του 2000, ταυτόχρονα οδηγώντας σε μια διάσπαση της πειρατείας: η χρήση παράνομων, κινητών ιστοσελίδων streaming, η εξαπάτηση των φίλτρων των πλατφορμών για τη μεταφόρτωση/κοινοποίηση παράνομου περιεχομένου σε ιστότοπους UGC όπως το YouTube και το Twitch, οι παραβιάσεις των γεωγραφικών αποκλεισμών μέσω υπηρεσιών VPN/DNS⁹⁸, η παραβίαση των συσκευών επέκτασης τηλεόρασης όπως το Apple TV ή η τροποποίηση αναπαραγωγών πολυμέσων ανοιχτού κώδικα όπως το Kodi. Ο Burroughs⁹⁹ επίσης παρατηρεί ότι η πειρατεία των μέσων έχει αλλάξει τόσο στη μορφή όσο και στην οργάνωσή της. Ενώ τη δεκαετία του 2000 ανήκε στα μαζικά και εμφανή πειρατικά δίκτυα και υπηρεσίες, τη δεκαετία του 2010 η πειρατεία απέκτησε έναν πιο κρυφό και εφήμερο χαρακτήρα -πλέον δεν συνέβαινε σε διαδικτυακές κοινότητες, αλλά μέσω προσωρινών συμμαχιών. Η σύγχρονη πειρατεία, παίρνει τη μορφή πιο καθημερινών δραστηριοτήτων όπως το δανεισμό και ανταλλαγή λογαριασμών ανάμεσα σε συγγενείς και φίλους, την κοινή χρήση κωδικών πρόσβασης και την κατάχρηση δωρεάν προσφορών και συνδρομών. Η πειρατεία streaming «λειτουργεί ως ένας περιθωριακός χώρος, όπου οι χρήστες

⁹⁵ J. Burgess and J. Green, *YouTube: Online Video and Participatory Culture*, 2018, Cambridge: Polity Press.

⁹⁶ IFPI, *Engaging with Music Report*, 2023

⁹⁷ R. Lobato, *Evolving Practices of Informal Distribution in Internet Television (Draft Paper)*, 2017, Melbourne, VIC, Australia: RMIT University

⁹⁸ Ένα VPN (εικονικό ιδιωτικό δίκτυο) είναι μία υπηρεσία που δημιουργεί μια ασφαλή, κρυπτογραφημένη σύνδεση στο διαδίκτυο. Οι χρήστες του διαδικτύου μπορούν να χρησιμοποιήσουν το VPN για να εξασφαλίσουν περισσότερη ιδιωτικότητα και ανωνυμία στο διαδίκτυο ή για να παρακάμψουν γεωγραφικά εμπόδια και λογοκρισία. Τα VPN ουσιαστικά επεκτείνουν ένα ιδιωτικό δίκτυο πάνω σε ένα δημόσιο δίκτυο, το οποίο θα πρέπει να επιτρέπει στον χρήστη να στέλνει και να λαμβάνει δεδομένα με ασφάλεια μέσω του διαδικτύου. Για περισσότερα βλ. A. S. Gillis, *What is a VPN?*, 2021, <https://www.techtarget.com/searchnetworking/definition/virtual-private-network>

⁹⁹ BE Burroughs, *Streaming media: audience and industry shifts in a networked society*. PhD Thesis, 2015, The University of Iowa, Iowa City, IA.

αντιστέκονται προσωρινά στην λογική των μέσων των βιομηχανιών των μέσων ενημέρωσης»¹⁰⁰.

Οι Jakobsson και Stiernstedt¹⁰¹ παρέχουν μια διαφορετική προσέγγιση στην αλληλεπίδραση μεταξύ πειρατείας και νομιμότητας. Το επιχείρημα τους είναι ότι το YouTube τελικά έγινε αποδεκτό όχι επειδή οι δημιουργοί του ήταν λιγότερο πειρατές σε σχέση με τους δημιουργούς το The Pirate Bay, αλλά ακριβώς επειδή ήταν καλύτεροι. Το Pirate Bay ήταν ακόμα αρκετά μικρό και περιθωριακό ώστε να τολμήσουν οι δισκογραφικές εταιρείες να το τιμωρήσουν και να το φέρουν ενώπιον της δικαιοσύνης, ενώ το YouTube είχε αναπτυχθεί πολύ και είχε αποκτήσει πολύ ισχυρούς «φίλους». Υπό υψηλή πίεση, οι καθιερωμένες βιομηχανίες των μέσων ένιωσαν την ανάγκη να διαπραγματευτούν με νέους παίκτες και να αποδεχτούν νέους κανόνες διανομής μέσων, μετακινώντας έτσι τα όρια της νομιμότητας. Αντίστοιχα, ο Spilker¹⁰² υποστηρίζει ότι η άνοδος του Spotify δεν αντιπροσωπεύει «τη νίκη επί της πειρατείας» αλλά αντίθετα «τη νίκη της πειρατείας». Έτσι, γίνεται σαφές ότι η πειρατεία έχει με διαφορετικούς τρόπους παίξει κρίσιμο ρόλο στην ανάπτυξη του σύγχρονου τοπίου streaming.

3.3 Streaming σε ζωντανή μετάδοση και κατά παραγγελία

Οι νέες τεχνολογίες έδωσαν στον χρήστη των μέσων ενημέρωσης τη δυνατότητα να επιλέξει τί και πότε θα παρακολουθήσει ή θα ακούσει, μέσω της επιλογής προγραμματισμού, αλλαγής χρόνου και ανάκτησης περιεχομένου κατά παραγγελία (“on-demand”). Με αυτόν τον τρόπο, οι εν λόγω τεχνολογίες αποτελούν απειλή για τις βιομηχανίες των μέσων ενημέρωσης που βασίζονται στη ζωντανή και προγραμματισμένη παράδοση περιεχομένου, ειδικότερα για τις βιομηχανίες τηλεόρασης και ραδιοφώνου.

Μια διαδεδομένη μορφή ζωντανής μετάδοσης (“live streaming”) είναι η ταυτόχρονη μετάδοση ή αναμετάδοση τηλεοπτικών προγραμμάτων. Η μετάδοση αυτή είναι συχνά παράνομη, καθώς προωθείται περιεχόμενο χωρίς την κατάλληλη εξουσιοδότηση, το οποίο αρχικά είναι διαθέσιμο μόνο μέσω συνδρομών σε επί πληρωμή τηλεόραση ή με άλλους περιορισμούς.

Από την πλευρά του καταναλωτή, οι χρήστες έχουν ανακαλύψει ότι η ζωντανή μετάδοση προσφέρει ορισμένες δυνατότητες που δεν είναι εύκολα αντικαταστάσιμες από το streaming κατά παραγγελία: όπως η παρουσία και κοινωνικότητα, οι οποίες πιθανώς εξηγούν σε μεγάλο βαθμό τη δημοφιλία του Twitch.

3.4 Streaming στοχευμένο και πολλαπλών χρήσεων

Οι πλατφόρμες streaming διαφέρουν όσον αφορά τα είδη ή το εύρος χρήσεων που εξυπηρετούν. Είτε θα επικεντρώνονται τεχνικά σε μια συγκεκριμένη χρήση της πλατφόρμας είτε θα παρέχουν μια πληθώρα υπηρεσιών στους χρήστες τους.

¹⁰⁰ BE Burroughs, ό.π.

¹⁰¹ P. Jakobsson and F. Stiernstedt, *Pirates of Silicon Valley: state of exception and dispossession in Web 2.0*. First Monday 15(7), 2010

¹⁰² HS Spilker, *Digital Music Distribution: The Sociology of Online Music Streams*. London: Routledge, 2018

Για παράδειγμα, το Twitch έχει αναπτυχθεί εξ αρχής ως μια πλατφόρμα αφιερωμένη στη ζωντανή μετάδοση, και αυτό ήταν, και ίσως συνεχίσει να είναι, ένα κύριο ανταγωνιστικό πλεονέκτημα σε σχέση με άλλες πλατφόρμες που επενδύουν τώρα στη ζωντανή μετάδοση. Το Instagram, το Twitter, το Facebook και το YouTube είναι πλατφόρμες κοινωνικών δικτύων ή βίντεο κατά παραγγελία που πρέπει να προσθέσουν ζωντανή μετάδοση σε μια τεχνικά διαφορετική υποδομή. Αυτό πιθανώς εξηγεί γιατί το YouTube δεν είχε ιδιαίτερη επιτυχία με τις σημαντικές επενδύσεις του στο YouTube Live. Αντίθετα, η Twitch αντιμετωπίζει την ίδια πρόκληση όταν αναπτύσσει χαρακτηριστικά κατά παραγγελία.

Ένα άλλο παράδειγμα αφορά το βαθμό της λειτουργικότητας των κοινωνικών μέσων που προσφέρουν οι πλατφόρμες streaming. Στο Twitch, χαρακτηριστικά όπως η συνομιλία και οι λίστες φίλων είναι κεντρικό στοιχείο του σχεδιασμού και οι αλληλεπιδράσεις μεταξύ των χρηστών είναι σημαντικό μέρος του περιεχομένου των μεταδόσεων. Στα πρώτα χρόνια δραστηριοποίησης της, η Spotify επικεντρώθηκε πολύ στη δημιουργία κοινότητας μέσω της λειτουργικότητας των κοινωνικών μέσων -με περιορισμένη επιτυχία παρόλα αυτά. Η εταιρεία τώρα έχει επικεντρώσει περισσότερο τις επενδύσεις της στην ανάπτυξη τεχνολογίας συστάσεων-εξατομικευμένων προτάσεων για τους χρήστες. Από την άλλη πλευρά του φάσματος, βλέπουμε ότι οι πλατφόρμες που πρέπει να θεωρηθούν κυρίως ως πλατφόρμες κοινωνικών μέσων πειραματίζονται με τη λειτουργικότητα και τα χαρακτηριστικά των streaming. Για παράδειγμα, το Facebook πρόσφατα δημιούργησε τόσο μια υπηρεσία ζωντανής μετάδοσης, το Facebook Live, όσο και μια υπηρεσία κατά παραγγελίας, το Facebook Watch.

3.5 Streaming που απευθύνεται σε συγκεκριμένο και γενικό κοινό

Γενικά, υπάρχει μια προσπάθεια των εμπορικών υπηρεσιών κατά το πέρασμα του χρόνου να επιδιώκουν να διευρύνουν το κοινό τους, ακριβώς όπως υπάρχει και ένα έντονο κίνητρο για δοκιμή νέων χαρακτηριστικών και λειτουργιών. Αλλά το σημείο εκκίνησης είναι συνήθως οι ρωγμές στην αγορά, όπου οι πλατφόρμες αποκτούν μια ισχυρή θέση.

Οι χρήστες μπορούν να περιοριστούν βάσει ενδιαφερόντων, συνδέσμων και γλωσσικών ή γεωγραφικών συνόρων. Για παράδειγμα, είναι κοινή αντίληψη ότι το YouTube αποτελεί πλατφόρμα που απευθύνεται σε γενικό και ευρύ κοινό. Ωστόσο -όπως μπορεί να παρατηρηθεί με μία επισκόπηση των πιο δημοφιλών καναλιών του- η πλατφόρμα έχει μια ιδιαίτερα ισχυρή θέση μεταξύ των κοινοτήτων της μουσικής και του gaming. Γι' αυτό και θεωρήθηκε ως φυσική κίνηση όταν η εταιρεία το 2018 ίδρυσε το YouTube Music ως μια υπηρεσία που στοχεύει ιδιαίτερα στο κοινό τους της μουσικής.

Ίσως, οι πιο σημαντικές διακρίσεις όσον αφορά το εύρος του κοινού βασίζονται στη γλώσσα ή τη γεωγραφία. Ο Burroughs¹⁰³ διακρίνει μεταξύ τριών ειδών υπηρεσιών ως προς αυτό: τις διακρατικές εταιρείες streaming, όπως οι περισσότερες από τις υπηρεσίες που έχουν προαναφερθεί, οι οποίες έχουν ιδρύσει τις υπηρεσίες τους σε διαφορετικές χώρες, τις εθνικές εταιρείες streaming, που λειτουργούν εντός των ορίων ενός κράτους (ή ενός άλλου

¹⁰³ BE Burroughs, ό.π.

περιορισμένου εδάφους), και οι αποσπασματικές υπηρεσίες streaming, που καλύπτουν εταιρείες streaming που εξυπηρετούν ένα μόνο ειδικό κοινό ή ένα αποσπασματικό δίκτυο. Στην περίπτωση της μουσικής μετάδοσης, οι αποσπασματικοί ή παγκόσμιοι παίκτες επικρατούν.

4. Οι μουσικές πλατφόρμες streaming

Συγκριτικά με τις υπηρεσίες streaming άλλου ψηφιακού περιεχομένου, η βασική εμφανής διαφορά στην περίπτωση των υπηρεσιών streaming μουσικού περιεχομένου είναι το μέγεθος και η ομοιογένεια των καταλόγων περιεχομένου. Οι ανταγωνιστικές υπηρεσίες μουσικού streaming διαφέρουν ελάχιστα στο μέγεθος και την ποικιλία των καταλόγων τους, με αποτέλεσμα ο πυρήνας των στρατηγικών διατήρησης χρηστών να μεταφέρεται σε άλλες, τεχνολογικά καθοδηγούμενες, πτυχές, όπως η εξατομίκευση και τα συστήματα προτάσεων¹⁰⁴.

Εστιάζοντας πλέον στον τομέα του μουσικού streaming, ακολουθεί η εξέταση των πλατφορμών, οι οποίες δραστηριοποιούνται κυρίως -αν όχι αμιγώς- με την μετάδοση μουσικού περιεχομένου, και των επιχειρηματικών τους μοντέλων.

4.1 Μουσικές υπηρεσίες streaming με εμπορικό περιεχόμενο

Οι κύριοι πάροχοι μουσικών υπηρεσιών streaming εμπορικού περιεχομένου είναι η Spotify και οι μεγάλοι τεχνολογικοί κολοσσοί Amazon, Apple και Google (μέσω της συνδρομητικής υπηρεσίας YouTube Music της Google)¹⁰⁵. Αυτές οι υπηρεσίες παρέχουν μουσική τόσο σε μορφή ήχου όσο και βίντεο, αλλά επικεντρώνονται κυρίως στον ήχο. Άλλες μικρότερες υπηρεσίες περιλαμβάνουν τις Deezer, Tidal, Napster, Sonstream και SoundCloud (μέσω της υπηρεσίας συνδρομής SoundCloud Go).

Για να έχουν πρόσβαση σε αυτές τις υπηρεσίες, οι καταναλωτές συνήθως εγγράφονται σε ένα πλάνο της υπηρεσίας που μπορεί να είναι δωρεάν -στην πράξη, χρηματοδοτούμενο με διαφημίσεις, αλλιώς “freemium”- ή βασισμένο σε συνδρομή, προσφέροντας “premium” προνόμια, όπως ακρόαση χωρίς διαφημίσεις και/ή μια ευρύτερη γκάμα χαρακτηριστικών με αντάλλαγμα την χρέωση¹⁰⁶.

¹⁰⁴ C. Castle, C. Feijoo, *Study on the artists in the digital music marketplace: Economic and legal considerations*, 2021, https://www.wipo.int/edocs/mdocs/copyright/en/sccr_41/sccr_41_3.pdf

¹⁰⁵ *Share of Gen Z and millennials using selected music streaming services in Europe as of July 2023*, <https://www.statista.com/statistics/1456089/music-streaming-platform-use-europe/>

¹⁰⁶ Ενδεικτικά: Η Spotify προσφέρει μια σειρά streaming πλάνων, τόσο freemium όσο και επί πληρωμή. Η Amazon προσφέρει μια μουσική υπηρεσία, το «Amazon Music Prime», ως μέρος της συνδρομητικής προσφοράς της Amazon Prime. Προσφέρει επίσης μια ξεχωριστή υπηρεσία συνδρομής επί πληρωμή, το «Amazon Music Unlimited» που διαθέτει ευρύτερη ποικιλία μουσικής, μαζί με μια υπηρεσία freemium που χρηματοδοτείται από διαφημίσεις, το «Amazon Music». Το Apple Music είναι διαθέσιμο μόνο για τους χρήστες της Apple, σε συνδρομητική βάση. Το Apple Music εισήχθη στην αγορά το 2015 και ακολούθησε την εισαγωγή του iTunes Store της Apple, το οποίο εστίαζε αρχικά στις λήψεις, ενώ από το 2020 και μετά φαίνεται σταδιακά να καταργείται. Η υπηρεσία YouTube Music της Google είναι διαθέσιμη τόσο ως freemium όσο και ως επί πληρωμή.

Τα τέλη συνδρομής είναι συνήθως μια σταθερή μηνιαία χρέωση για απεριόριστη ακρόαση και, συνεπώς, τα έσοδα ανά πελάτη δεν εξαρτώνται από την χρήση (αν και υπάρχουν εξαιρέσεις, για παράδειγμα η Sonstream, που χρησιμοποιεί ένα μοντέλο πληρωμής ανά stream). Οι τιμές διαμορφώνονται με βάση τον αριθμό των ατόμων που χρησιμοποιούν το εκάστοτε πλάνο συνδρομής ή τα χαρακτηριστικά που περιλαμβάνονται. Το μεγαλύτερο μέρος των εσόδων από το streaming μουσικής προέρχεται από πληρωμένες συνδρομές¹⁰⁷.

Χαρακτηριστικά τα οποία μπορούν να διακρίνουν τις διάφορες υπηρεσίες streaming μουσικής και/ή τα πλάνα που προσφέρουν περιλαμβάνουν, αποτελούν η ποικιλία της μουσικής (ή άλλου περιεχομένου) που είναι διαθέσιμη για πρόσβαση, η δυνατότητα αναπαραγωγής μουσικής εκτός σύνδεσης του διαδικτύου ή η διαθεσιμότητα αναπαραγωγής κατά παραγγελία, η ποιότητα ήχου και οι λίστες αναπαραγωγής (συλλογές μουσικής στις οποίες οι χρήστες μπορούν να έχουν πρόσβαση κατά παραγγελία και οι οποίες διευκολύνουν την πλοήγηση στο περιεχόμενο και την ανακάλυψη μουσικής)¹⁰⁸.

Όσον αφορά τον τρόπο απόκτησης του περιεχομένου τους, η υπηρεσία μουσικού streaming που παρέχει εμπορικό περιεχόμενο στους καταναλωτές πρέπει να διαπραγματευτεί συμφωνίες με όλους τους δικαιούχους αυτής της ηχογράφησης. Αυτοί είναι συνήθως οι εταιρείες μουσικής (όπως δισκογραφικές εταιρείες και εκδοτικοί οίκοι) που κατέχουν ή έχουν αποκτήσει τον έλεγχο των δικαιωμάτων των καλλιτεχνών και των συνθετών, και/ή αδειοδοτούν τέτοια δικαιώματα εκ μέρους των δικαιούχων ως μέρος μιας συμφωνίας διανομής.

4.2 Μουσικές υπηρεσίες streaming με περιεχόμενο μεταφορτωμένο από του χρήστες (user-uploaded content)

Οι υπηρεσίες UUC προσφέρουν στους καταναλωτές έναν άλλο, ελεύθερα προσβάσιμο, τρόπο streaming μουσικής που καθίσταται δυνατός χάρη σε ένα μοντέλο χρηματοδοτούμενο από διαφημίσεις. Ενώ οι υπηρεσίες UUC περιλαμβάνουν μια μεγάλη ποικιλία περιεχομένου, η έκθεση της Digital, Culture, Media & Sport (DCMS) Select Committee¹⁰⁹ έδειξε ότι η μουσική αποτελεί σημαντική μερίδα αυτού.

Το YouTube είναι μια μεγάλη και εξαιρετικά δημοφιλής υπηρεσία UUC μεταξύ εκείνων που προσφέρουν δωρεάν υπηρεσίες streaming (UUC ή άλλες) για ακρόαση μουσικής. Άλλες αντίστοιχες υπηρεσίες με έμφαση στη μουσική αποτελούν το TikTok και το SoundCloud. Οι πάροχοι υπηρεσιών UUC μπορεί επίσης να προσφέρουν εμπορικό περιεχόμενο μαζί με το

¹⁰⁷ Το 2023, τα έσοδα από τις συνδρομές μουσικού streaming αυξήθηκαν κατά 11,2% αντιπροσωπεύοντας σχεδόν το μισό (48,9%) της παγκόσμιας αγοράς, ενώ ο αριθμός των πληρωμένων συνδρομών σε υπηρεσίες μουσικού streaming ξεπέρασε για πρώτη φορά τα 500 εκατομμύρια. (βλ. <https://www.ifpi.org/ifpi-global-music-report-global-recorded-music-revenues-grew-10-2-in-2023/>)

¹⁰⁸ Οι λίστες αναπαραγωγής μπορούν να δημιουργηθούν αλγοριθμικά ("αλγοριθμικές λίστες αναπαραγωγής"), να είναι αποτέλεσμα επιμέλειας της πλατφόρμας ή τρίτου μέρους ("επιμελημένες λίστες αναπαραγωγής") ή να δημιουργηθούν από έναν χρήστη.

¹⁰⁹ House of Commons Digital, Culture, Media and Sport Committee, 2021, ό.π.

περιεχόμενο UUC, όπως στην περίπτωση του YouTube και του SoundCloud, μέσω των επί πληρωμής υπηρεσιών YouTube Music και SoundCloud Go αντίστοιχα.

Οι υπηρεσίες UUC διαφέρουν από τις εμπορικές υπηρεσίες streaming μουσικής ως προς τον τρόπο που αποκτούν το περιεχόμενό τους. Οποιοσδήποτε χρήστης μπορεί να μεταφορτώσει περιεχόμενο σ' αυτές, το οποίο ενδέχεται να είναι και επίσημο περιεχόμενο που μεταφορτώνεται από εταιρείες για προωθητικούς λόγους. Ωστόσο, μεγάλο μέρος του περιεχομένου αναρτάται από καταναλωτές και αυτό μπορεί είτε να είναι εντελώς πρωτότυπο, είτε να περιλαμβάνει εμπορικό περιεχόμενο -με ή χωρίς άδεια. Το περιεχόμενο στις υπηρεσίες UUC τείνει επίσης να είναι περισσότερο επικεντρωμένο στο βίντεο και συνήθως δεν μπορεί να αναπαράγεται στο παρασκήνιο (με την έννοια ότι η εφαρμογή ή η ιστοσελίδα της υπηρεσίας πρέπει να είναι ανοικτή) ή offline.

Αυτές οι υπηρεσίες επιδιώκουν να λειτουργήσουν υπό τις λεγόμενες διατάξεις "ασφαλούς λιμένα"¹¹⁰ που περιορίζουν την ευθύνη τους για παράνομο περιεχόμενο που μεταφορτώνουν οι χρήστες τους. Έτσι, οι υπηρεσίες UUC γενικά μπορούν και φέρουν μη αδειοδοτημένο περιεχόμενο μουσικής -είτε προσωρινά, μέχρι να λάβουν γνώση αυτού του περιεχομένου και να εφαρμόσουν διορθωτικά μέτρα¹¹¹, είτε σε περίπτωση που αυτό το μη αδειοδοτημένο περιεχόμενο δεν αναγνωρίζεται ως τέτοιο και παραμένει στην υπηρεσία.

Τέτοιες διατάξεις μπορεί να τοποθετήσουν τις υπηρεσίες UUC σε πλεονεκτική θέση έναντι των μη-UUC ανταγωνιστών τους για τη χρήση της ίδιας μουσικής και να επηρεάσουν έτσι την αμοιβή που λαμβάνουν οι δικαιούχοι. Αυτό συμβαίνει διότι οι υπηρεσίες UUC μπορούν να διαπραγματευτούν με τους δικαιούχους μετά (αντί πριν) από τη χρήση της μουσικής, να επιλέξουν να αφαιρέσουν συγκεκριμένα παραδείγματα μουσικής ως εναλλακτική λύση στο να πληρώσουν για τη χρήση της, ενώ τέλος, δεν φέρουν τα έξοδα της χρήσης μη αναγνωρισμένων μουσικών δικαιωμάτων. Το συγκεκριμένο ζήτημα θα αναλυθεί περαιτέρω στο Κεφάλαιο III.3 και IV .

5. Το Streaming υπό το πρίσμα του δικαιού

Τα διεθνώς εναρμονισμένα δικαιώματα πνευματικής ιδιοκτησίας – που προέκυψαν, ιδίως, από τις Συνθήκες του Διαδικτύου του WIPO του 1996 – έχουν διευκολύνει την παγκόσμια επέκταση των ψηφιακών υπηρεσιών μουσικής. Η νομική και εμπορική βεβαιότητα που παρέχουν σε διεθνές επίπεδο έχει βοηθήσει ώστε οι ψηφιακές υπηρεσίες να μπορούν να φτάσουν σε περισσότερους καταναλωτές και νέες αγορές.

Τα αποκλειστικά δικαιώματα της παρουσίασης προς το κοινό (άρθρο 8 WIPO Copyright Treaty) και της διάθεσης στο κοινό (άρθρα 10 και 14 WIPO Performances and Phonograms treaty) εφαρμόζονται σε όλους τους τύπους μετάδοσης της μουσικής (λήψεις, on-demand streaming και άλλους τύπους διαδραστικής μετάδοσης) και διασφαλίζουν ότι οι κάτοχοι των

¹¹⁰ Για περισσότερα βλ. Κεφάλαιο III

¹¹¹ Τα διορθωτικά μέτρα μπορεί να περιλαμβάνουν την αφαίρεση ('taking down') ή την αδειοδότηση του σχετικού περιεχομένου.

δικαιωμάτων μπορούν να διαπραγματεύονται πιο δίκαιους όρους με ψηφιακές υπηρεσίες σε διάφορες περιοχές¹¹².

Επιπλέον, από την πρόσφατη Οδηγία 2019/790 -για την οποία θα γίνει εκτενέστερος λόγος στη συνέχεια- προκύπτει ότι οι πλατφόρμες streaming εντάσσονται στην κατηγορία των παρόχων επιγραμμικών υπηρεσιών ανταλλαγής περιεχομένου¹¹³, καθώς κύριος σκοπός τους είναι η αποθήκευση και η παροχή πρόσβασης σε προστατευόμενα από την πνευματική ιδιοκτησία έργα ή άλλα αντικείμενα προστασίας που αναφορτώνονται από τους χρήστες τους, και τα οποία η υπηρεσία βελτιστοποιεί και προωθεί με σκοπό το κέρδος. Έτσι, βάσει του άρθρου 17 παρ. 1, «εκτελούν μια πράξη παρουσίασης στο κοινό ή πράξη διάθεσης στο κοινό [...] όταν παρέχουν πρόσβαση στο κοινό σε προστατευόμενα έργα πνευματικής ιδιοκτησίας ή άλλα αντικείμενα προστασίας που αναφορτώνονται από τους χρήστες τους. Ως εκ τούτου, ένας πάροχος επιγραμμικών υπηρεσιών ανταλλαγής περιεχομένου πρέπει να λαμβάνει άδεια από τους δικαιούχους που αναφέρονται στο άρθρο 3 παράγραφοι 1 και 2 της οδηγίας 2001/29/EK, για παράδειγμα μέσω της σύναψης συμφωνίας για χορήγηση άδειας, προκειμένου να παρουσιάσει ή να καταστήσει διαθέσιμα στο κοινό έργα ή άλλα αντικείμενα προστασίας.»

Επομένως, δεν υπάρχει αμφιβολία ότι οι διαδραστικές υπηρεσίες streaming εμπίπτουν στα αποκλειστικά δικαιώματα των κατόχων παρουσίασης ή διάθεσης στο κοινό.

III. Value Gap: το χρόνιο ζήτημα της αμοιβής των δημιουργών

1. Το φαινόμενο “Value Gap”

Περίπου το 2015, μια εκστρατεία lobbying της μουσικής βιομηχανίας ξεκίνησε με βασικό σύνθημα το «κενό αξίας», το λεγόμενο «value gap». Ο όρος αυτός δημιουργήθηκε από εμπορικές ομάδες της μουσικής βιομηχανίας για να αναδείξουν στους υπεύθυνους χάραξης πολιτικής την ιδέα ότι οι διατάξεις ασφαλούς λιμένα στο δίκαιο της πνευματικής ιδιοκτησίας δεν είναι μια βάσιμη πολιτική επιλογή για ολόκληρο το διαδίκτυο, αλλά αποτελεί παραθυράκι στο σύστημα, το οποίο επιτρέπει στο YouTube να εκμεταλλεύεται άδικα την πολύτιμη πνευματική ιδιοκτησία της μουσικής βιομηχανίας¹¹⁴.

Το YouTube φιλοξενούσε πλήθος περιεχομένου προστατευόμενου με πνευματικά δικαιώματα, όμως, σύμφωνα με την Οδηγία για το Ηλεκτρονικό Εμπόριο, δεν ήταν υπεύθυνο για την παραβίαση πνευματικών δικαιωμάτων, αν εν αγνοία του φιλοξενούσε, αποθήκευε ή «ενεργούσε ως αγωγός» για υλικό που παραβιάζει πνευματικά δικαιώματα. Η ευθύνη ενεργοποιούνταν μόνο αν η πλατφόρμα ενημερωνόταν για μια παραβίαση και δεν ενεργούσε άμεσα. Επιπλέον η ίδια Οδηγία δεν δημιουργούσε γενική νομική υποχρέωση για τις πλατφόρμες εποπτείας των υπηρεσιών τους για παραβιάσεις πνευματικών δικαιωμάτων. Αυτή η ασυλία σε συνδυασμό με το μεγάλο κοινό χρηστών τους δημιούργησαν μια

¹¹² L. Rechartdt, *Streaming and Copyright: A Recording Industry Perspective*, 2015, https://www.wipo.int/wipo_magazine/en/2015/02/article_0001.html

¹¹³ Ορισμός του άρθρου 2 παρ. 6, Οδ. 2019/790

¹¹⁴ IFPI DIGITAL MUSIC REPORT 2015 22–23 (2015) <https://www.ifpi.org/downloads/Digital-Music-Report-2015.pdf>

στρέβλωση στην αγορά, που ονομάστηκε «χάσμα αξίας». Πρόκειται για μια αναντιστοιχία μεταξύ της αξίας που κερδίζουν οι ψηφιακές πλατφόρμες, βασιζόμενες στο περιεχόμενο που ανεβάζουν οι χρήστες, και των εσόδων που λαμβάνουν οι δικαιούχοι¹¹⁵.

Σύμφωνα με τη Διεθνή Ομοσπονδία της Φωνογραφικής Βιομηχανίας (IFPI) και άλλες ομάδες της βιομηχανίας, οι ασφαλείς λιμένες δημιουργούν ένα κενό αξίας μεταξύ του ποσού που πληρώνουν στους δημιουργούς ανά stream οι υπηρεσίες διαμοιρασμού περιεχομένου, όπως το YouTube, και του ποσού που πληρώνουν οι εξειδικευμένες υπηρεσίες μουσικού streaming, όπως το Spotify. Η διαφορετική μεταχείριση που προσφέρουν οι νομοθεσίες περί πνευματικών δικαιωμάτων ανάμεσα στο YouTube και το Spotify, υποστηρίζουν, παραμορφώνει την ψηφιακή αγορά μουσικής καταπιέζοντας τις τιμές των αποδοχών streaming καθολικά¹¹⁶. Το value gap αποτελεί μεγάλη απειλή για την μακροπρόθεσμη βιωσιμότητα της μουσικής βιομηχανίας, διότι χωρίς επαρκή αποζημίωση, οι συνθέτες και οι μουσικοί αποθαρρύνονται από το να επενδύσουν στη δημιουργία νέας μουσικής, και οι δισκογραφικές εταιρείες από το να επενδύουν σε νέους καλλιτέχνες¹¹⁷.

Οι κάτοχοι δικαιωμάτων επέμεναν για καιρό ότι το YouTube θα έπρεπε να υποχρεούται νομικά να τους παρέχει πρόσβαση στο Content ID¹¹⁸ χωρίς καμία προϋπόθεση. Εφόσον οι ασφαλείς λιμένες ιστορικά δεν προϋπέθεταν να παρέχει ο πάροχος δωρεάν πρόσβαση στην τεχνολογία που χρησιμοποιεί για την παρακολούθηση περιεχομένου στις υπηρεσίες του, οι κάτοχοι δικαιωμάτων έπρεπε να διαπραγματευτούν για την πρόσβαση αυτή. Εναλλακτική λύση ήταν η το σύστημα ειδοποίησης και αφαίρεσης, η οποία είναι επιβραδυντική και μονομερώς σημαντικά κερδοφόρα (βλ. έσοδα από διαφημίσεις). Επειδή το YouTube δεν είχε

¹¹⁵ S. Wheeler, J. Ojanperä, P. Chernov, *Upload Filter: Music Industry Crying Wolf?*, 2022

<https://www.maastrichtuniversity.nl/blog/2022/04/upload-filter-music-industry-crying-wolf>

¹¹⁶ IFPI DIGITAL MUSIC REPORT, 2015, ό.π.

¹¹⁷ IFPI Global Music Report 2018 <https://www.fimi.it/kdocs/1922703/gmr-2018-ilovepdf-compressed.pdf>

¹¹⁸ Το Content ID λειτουργεί δημιουργώντας ένα μοναδικό ψηφιακό αποτύπωμα για κάθε ανεβασμένο αρχείο χρήστη και στη συνέχεια χρησιμοποιεί αυτό το αποτύπωμα για να υποβάλλει ερώτημα σε έναν κατάλογο βάσης δεδομένων που περιλαμβάνει αποτυπώματα αρχείων αναφοράς που δίνονται από τους κατόχους των δικαιωμάτων. Αν οποιοδήποτε μέρος ενός ανεβασμένου αρχείου ταιριάζει με περιεχόμενο σε ένα αρχείο αναφοράς, η μεταφόρτωση του χρήστη αυτόματα διεκδικείται εκ μέρους του κατόχου των δικαιωμάτων που υπέβαλε το αρχείο αναφοράς. Ο κάτοχος των δικαιωμάτων επιλέγει κατά την υποβολή μεμονωμένων αρχείων αναφοράς εάν θέλει να εκμεταλλευτεί οικονομικά ή να αποκλείσει αλγοριθμικά διεκδικημένα αρχεία που μεταφόρτωσαν οι χρήστες. Για τα βίντεο που ο κάτοχος των δικαιωμάτων επιλέγει να εκμεταλλευτεί, το μερίδιο του χρήστη από τα έσοδα από διαφημίσεις επί του βίντεο μεταφέρεται στον κάτοχο των δικαιωμάτων. Για τα βίντεο που ο κάτοχος των δικαιωμάτων επιλέγει να αποκλείσει, δεν παράγεται κανένα έσοδο. (βλ. YouTube Creators Channel, *YouTube Content ID*, <https://www.youtube.com/watch?v=9g2U12SsRns&t=7s>)

Το Content ID προσφέρει στους συμμετέχοντες κατόχους δικαιωμάτων δύο σημαντικά οφέλη σε σχέση με το σύστημα ειδοποίησης και αφαίρεσης: (1) επειδή παρακολουθεί συνεχώς τα ανεβασμένα αρχεία του YouTube για το προστατευόμενο από πνευματικά δικαιώματα περιεχόμενο των κατόχων των δικαιωμάτων, απαλλάσσει τους κατόχους από τον κόπο της αποστολής μαζικών ειδοποιήσεων και (2) τους επιτρέπει να εξουσιοδοτήσουν και να εκμεταλλευτούν παραβιάσεις των χρηστών αντί να τις αποκλείσουν. (βλ. Google, Inc., *How Google Fights Piracy*, GOOGLE 24–25 (Nov. 2018)

νομική υποχρέωση να παρακολουθεί το περιεχόμενο για παραβιάσεις, χρησιμοποίησε την τεχνολογία του Content ID ως μέσο πίεσης στις διαπραγματεύσεις άδειων με τους κατόχους των μουσικών δικαιωμάτων. Οι κάτοχοι δικαιωμάτων θέλησαν πλέον οι υπεύθυνοι χάραξης πολιτικής τόσο στην Ευρωπαϊκή Ένωση όσο και στις Ηνωμένες Πολιτείες να αφαιρέσουν αυτό το μέσο πίεσης, με αποτέλεσμα να αναγκαστεί το YouTube να επαναδιαπραγματευτεί τις υφιστάμενες άδειες που έχει με τις δισκογραφικές εταιρείες και τους εκδότες μουσικής, με όρους πιο ευνοϊκούς για τη μουσική βιομηχανία, καθιστώντας τις τιμές άδειων ραγδαία υψηλότερες και κλείνοντας το κενό αξίας.

Γι' αυτόν τον σκοπό, οι κάτοχοι δικαιωμάτων έχουν προτείνει τον περιορισμό των ασφαλών λιμένων της Οδηγία για του Ηλεκτρονικό Εμπόριο και της DMCA και την απαίτηση από όλες τις υπηρεσίες κοινοποίησης περιεχομένου να χρησιμοποιούν την τεχνολογία ACR (automatic content recognition) ως εργαλείο διαχείρισης πνευματικών δικαιωμάτων προς όφελός τους. Όπως εξηγείται στη συνέχεια (Κεφάλαιο IV), τόσο η Ευρωπαϊκή Επιτροπή όσο και το Ευρωπαϊκό Κοινοβούλιο ενστερνίστηκαν εν μέρει αυτήν την λογική, με πιθανές επιζήμιες παρενέργειες όμως για το ανοιχτό διαδίκτυο, τα δικαιώματα ελευθερίας έκφρασης των χρηστών του διαδικτύου και του ευρέως φάσματος επιχειρήσεων κοινοποίησης περιεχομένου, που επιτρέπουν στους χρήστες του διαδικτύου να συμμετέχουν στην ψηφιακή οικονομία και τον ψηφιακό πολιτισμό¹¹⁹.

2. Οι ασφαλείς λιμένες

Το value gap προκαλείται από την ανεπαρκή εφαρμογή των νόμων περί ευθύνης στο διαδίκτυο, οι οποίοι παρέχουν σε ορισμένες υπηρεσίες streaming ασυλία από την ευθύνη για παραβίαση πνευματικών δικαιωμάτων (οι λεγόμενοι «ασφαλείς λιμένες»). Ακολουθεί μια σύντομη ανασκόπηση των σχετικών νόμων των ΗΠΑ, όπου και προβλέφθηκαν για πρώτη φορά διατάξεις ασφαλών λιμένα, και έπειτα της Ευρώπης, μέσω της οποίας αποκαλύπτεται η διεύρυνση του χάσματος ανά τον κόσμο.

2.1 Διατάξεις ασφαλών λιμένα στις ΗΠΑ

Οι διατάξεις ασφαλών λιμένα της DMCA¹²⁰ αποκλείουν την ευθύνη για την αποθήκευση από έναν χρήστη υλικού που βρίσκεται σε ένα σύστημα ή δίκτυο που ελέγχεται ή λειτουργεί από ή για τον πάροχο υπηρεσιών, εάν πληρούνται τρεις προϋποθέσεις.

Η πρώτη προϋπόθεση είναι ότι ο πάροχος υπηρεσιών δεν πρέπει να έχει πραγματική γνώση του συγκεκριμένου περιεχομένου που παραβιάζει πνευματικά δικαιώματα στον ιστότοπό του. Τα δικαστήρια έχουν διαπιστώσει πραγματική γνώση τέτοιου περιεχομένου όταν ένας πάροχος υπηρεσιών έχει λάβει θετικά μέτρα για να εθελουφλεί σε αυτό το υλικό¹²¹. Επιπλέον, ένας πάροχος υπηρεσιών δεν μπορεί να βασίζεται στην προστασία του ασφαλών λιμένα αν υπάρχουν γεγονότα ή περιστάσεις που καθιστούν εμφανή την παραβατική

¹¹⁹ A. Bridy, *The Price of Closing the 'Value Gap': How the Music Industry Hacked EU Copyright Reform*, *Vanderbilt Journal of Entertainment & Technology Law*, 2020

¹²⁰ Section 512 of Title 17, Digital Millennium Copyright Act of 1998, USA

¹²¹ Βλ. Υπόθεση *Viacom Int'l, Inc. v. YouTube*, 676 F.3d 19, 35 (2d Cir. 2012).

δραστηριότητα¹²². Τέλος, αν ο πάροχος υπηρεσιών αποκτήσει πραγματική ή επικοδομητική γνώση για παραβίαση, μπορεί παρόλα αυτά να αποφύγει την ευθύνη εφόσον «δράσει άμεσα για την αφαίρεση ή τον αποκλεισμό της πρόσβασης στο υλικό»¹²³.

Η δεύτερη προϋπόθεση συνίσταται στο ότι ένας πάροχος υπηρεσιών δεν πρέπει να «λαμβάνει οικονομικό όφελος που συνδέεται απευθείας με την παραβατική δραστηριότητα, στην περίπτωση που ο πάροχος υπηρεσιών έχει το δικαίωμα και τη δυνατότητα να ελέγχει αυτή τη δραστηριότητα»¹²⁴. Στην υπόθεση *Viacom*, το Δικαστήριο επεσήμανε ότι το δικαίωμα ελέγχου «απαιτεί κάτι περισσότερο από την ικανότητα να αφαιρέσει ή να αποκλείσει την πρόσβαση σε υλικά που έχουν αναρτηθεί στην ιστοσελίδα ενός παρόχου υπηρεσιών». Το δικαστήριο τελικά κατέληξε στο συμπέρασμα ότι η YouTube δεν άσκησε επαρκή βαθμό ελέγχου πάνω στο περιεχόμενό της ώστε να χάσει το δικαίωμά της στην προστασία του ασφαλούς λιμένα.

Τέλος, απαιτείται ένας πάροχος υπηρεσιών να ανταποκριθεί άμεσα με την αφαίρεση του εν λόγω περιεχομένου. Ωστόσο, η DMCA δεν απαιτεί από τους παρόχους υπηρεσιών να παρακολουθούν ενδελεχώς τους ιστότοπούς τους για παράνομη δραστηριότητα. Αντίθετα, ο νόμος αναθέτει το καθήκον της εποπτείας της παραβίασης στους κατόχους πνευματικών δικαιωμάτων¹²⁵. Δεδομένου αυτού του καθήκοντος, πολλοί κάτοχοι πνευματικών δικαιωμάτων εργάζονται σκληρά για να ειδοποιήσουν τους παρόχους για παραβατικές χρήσεις του περιεχομένου τους. Οι επίσημες αιτήσεις αφαίρεσης, με τις οποίες είναι επιφορτισμένοι οι κάτοχοι των πνευματικών δικαιωμάτων, πρέπει να συμμορφώνονται με τις αυστηρές οδηγίες που ορίζονται στον νόμο, καθιστώντας την αφαίρεση περιεχομένου παραβαίνοντος τα πνευματικά δικαιώματα ιδιαίτερα δαπανηρή και χρονοβόρα. Σύμφωνα με τη διαδικασία ειδοποίησης και αφαίρεσης που ορίζεται στο § 512(c)(3), οι κάτοχοι πνευματικών δικαιωμάτων πρέπει, υπό την ποινή της ψευδορκίας, να υποβάλουν μια ειδοποίηση στον πάροχο υπηρεσιών, η οποία περιλαμβάνει μια λίστα από νομικά στοιχεία.

Συμπερασματικά, διαφαίνεται από τα παραπάνω ότι η διαδικασία που ακολουθείται για την απόδοση της σχετικής ευθύνης καθίσταται υπέρμετρα επιβαρυντική για τους δημιουργούς και τους κατόχους πνευματικών δικαιωμάτων.

¹²² Βλ. DMCA § 512(c)(1)(A)(ii). Επίσης, στην υπόθεση *Viacom Int'l., Inc. κατά YouTube*, το Δικαστήριο εξίσωσε την λεγόμενη οφθαλμοφανή γνώση ("red flag knowledge") με την επικοδομητική γνώση. Διευκρίνισε ότι η διαφορά της οφθαλμοφανούς από την πραγματική γνώση δεν είναι «μεταξύ συγκεκριμένης και γενικευμένης γνώσης, αλλά αντ' αυτού μεταξύ ενός υποκειμενικού και ενός αντικειμενικού προτύπου». Έτσι, ένας πάροχος υπηρεσιών έχει οφθαλμοφανή γνώση σε περιπτώσεις όπου είναι υποκειμενικά ενήμερος για γεγονότα που θα έκαναν την παραβίαση αντικειμενικά εμφανή σε έναν λογικό άνθρωπο.

¹²³ DMCA § 512(c)(1)(A)(iii).

¹²⁴ DMCA § 512(c)(1)(B).

¹²⁵ E. Alderman, *Reading the Tea Leaves: ISP Obligations After the Second Circuit's Viacom v. YouTube Decision*, 2012, THE CONTENT LAWYER

2.2 Διατάξεις ασφαλούς λιμένα στην Ευρώπη

Στις 8 Ιουνίου 2000, η ΕΕ, ανταποκρινόμενη στην DMCA, υιοθέτησε την Οδηγία για το Ηλεκτρονικό Εμπόριο¹²⁶. Όπως η DMCA, η Οδηγία για το Ηλεκτρονικό Εμπόριο σχεδιάστηκε για να αντιμετωπίσει το θέμα των Παρόχων Υπηρεσιών της Κοινωνίας της Πληροφορίας (ISSPs)¹²⁷ σε περιστάσεις όπου η ενεργητική και εξαντλητική παρακολούθηση από τέτοιους παρόχους των υπηρεσιών τους για υλικό που παραβιάζει τα πνευματικά δικαιώματα ήταν πρακτικά αδύνατη. Όπως και στη DMCA, δεν υπήρχε γενική υποχρέωση των ISSPs να παρακολουθούν τους ιστότοπους τους, ενώ προβλεπόταν ασφαλή λιμένα για τις υπηρεσίες φιλοξενίας εάν πληρούταν συγκεκριμένες προϋποθέσεις.

Στο άρθρο 14 της Οδηγίας απαλλάσσονταν οι πάροχοι υπηρεσιών στο διαδίκτυο από την ευθύνη για παράνομο περιεχόμενο που ανεβάζουν οι χρήστες τους (η λεγόμενη άμυνα του παρόχου, "hosting defence"), μόνον αν ο πάροχος: (α) δεν είχε πραγματική γνώση για την παράνομη δραστηριότητα ή πληροφορίες και, όσον αφορά τις αξιώσεις αποζημιώσεων, δεν ήταν ενήμερος για γεγονότα ή περιστάσεις από τα οποία είναι εμφανής η παράνομη δραστηριότητα ή πληροφορίες· και (β) μόλις λάμβανε τέτοια γνώση ή ενημέρωση (για παράδειγμα μέσω ειδοποίησης ή δικών του συστημάτων ανίχνευσης), ενεργούσε άμεσα για να αφαιρέσει ή να απενεργοποιήσει την πρόσβαση στις πληροφορίες. Η ευρωπαϊκή νομολογία ήταν σαφής ότι η απαλλαγή από ευθύνη ίσχυε μόνον εκεί όπου η δραστηριότητα του παρόχου ήταν απλά τεχνική, αυτόματη και παθητική, που σημαίνει ότι ο πάροχος ούτε είχε γνώση, ούτε έλεγχο επί του παράνομου περιεχομένου¹²⁸. Επιπλέον, η άμυνα του παρόχου δεν ήταν διαθέσιμη όταν ο πάροχος υπηρεσιών γνώριζε ή θα έπρεπε να γνωρίζει, γενικά, ότι οι χρήστες της πλατφόρμας του καθιστούν διαθέσιμο προστατευμένο περιεχόμενο στο κοινό παράνομα μέσω της πλατφόρμας του και παρέλειπε να θέσει σε εφαρμογή τα κατάλληλα τεχνολογικά μέτρα που θα ήταν αναμενόμενα από έναν λογικά επιμελή κατασκευαστή στη θέση του, για να αντιμετωπίσει αξιόπιστα και αποτελεσματικά παραβιάσεις πνευματικών δικαιωμάτων σε αυτήν την πλατφόρμα¹²⁹.

Ωστόσο, το 2017 υπήρξε και απόφαση του ΔΕΕ με την οποία έγινε η αρχή μιας απαγκίστρωσης από την αρχή της ουδετερότητας των παρόχων διαμοιρασμού περιεχομένου, οι οποίοι διαδραματίζουν καθοριστικό ρόλο στην παράνομη διάθεση προστατευόμενων έργων στο κοινό, κρίνοντας ότι προβαίνουν σε ευρετηρίαση των σχετικών αρχείων και έτσι διευκολύνουν τον χρήστη στην αναζήτηση και μεταφόρτωσή τους¹³⁰.

¹²⁶ Οδηγία 2000/31/ΕΚ (Οδηγία για το Ηλεκτρονικό Εμπόριο)

¹²⁷ Στους ISSPs συμπεριλαμβάνονται τα ηλεκτρονικά καταστήματα, μηχανές αναζήτησης και ιστότοπους κοινοποίησης βίντεο.

¹²⁸ βλ. απόφαση 12ης Ιουλίου 2011, C-324/09 (L'Oréal), και η απόφαση της 23ης Μαρτίου 2010, Google France και Google, C-236/08 έως C-238/08

¹²⁹ Βλ. τις συνεκδικαζόμενες υποθέσεις C-682/18 και C-683/18, Frank Peterson και Elsevier Inc. κατά Google LLC και άλλων (22 Ιουνίου 2021)

¹³⁰ Βλ. απόφαση "Pirate Bay" Case C-610/15 (Stichting Brein κατά Ziggo BV και XS4ALL Internet BV), 14 Ιουνίου 2017

3. Κριτική θεώρηση του φαινομένου

Η ιδέα του value gap αναπτύχθηκε από τη μουσική και ψυχαγωγική βιομηχανία, η οποία ξεκίνησε να χρησιμοποιεί αυτόν τον όρο σε παγκόσμιες αναφορές της μουσικής βιομηχανίας, σε διάφορες δημόσιες και κυβερνητικές καμπάνιες¹³¹, χωρίς όμως να έχει κάποια εμπειρική απόδειξη¹³².

Πιο συγκεκριμένα, ένα βασικό σημείο το οποίο κρίθηκε ως σφάλμα στη λογική πάνω στην οποία στηρίχθηκε το value gap ήταν το γεγονός ότι η μουσική βιομηχανία ουσιαστικά υποστήριξε ότι το Spotify (υπηρεσία μουσικού streaming εμπορικού περιεχομένου) και το YouTube (υπηρεσία streaming UGC) χρησιμοποιούνταν για μουσικό streaming με τον ίδιο τρόπο, επομένως η απαίτηση της ίδιας αμοιβής από αυτούς θα ήταν δικαιολογημένη. Ωστόσο, το Spotify και το YouTube λειτουργούν υπό διαφορετικά επιχειρηματικά μοντέλα, και ως εκ τούτου δεν αντιμετωπίζουν τους ίδιους νομικούς κινδύνους. Το Spotify είναι μια κλειστή πλατφόρμα διανομής, που επιλέγει και ελέγχει άμεσα το σύνολο του περιεχομένου που διαθέτει στους συνδρομητές του, γνωρίζοντας ακριβώς ποιο περιεχόμενο θα είναι διαθέσιμο στην υπηρεσία του σε οποιαδήποτε δεδομένη στιγμή. Αντίθετα, οι ανοιχτές υπηρεσίες, όπως το YouTube, αντιμετωπίζουν αβέβαιη και συνεχή έκθεση σε νομικές αξιώσεις που προκύπτουν από τη δραστηριότητα των χρηστών τους, συμπεριλαμβανομένων των παραβιάσεων πνευματικών δικαιωμάτων. Λαμβάνοντας υπόψη τη φύση των ανοιχτών υπηρεσιών, η σύγκριση που βρίσκεται στον πυρήνα της καμπάνιας του χάσματος αξίας υποστηρίχθηκε ως ακατάλληλη¹³³.

Θεωρήθηκε λοιπόν ότι η λανθασμένη αυτή ισοδυναμία ήταν εσκεμμένη για να παρακαμφθεί η λογική των διατάξεων ασφαλούς λιμένα. Οι ασφαλείς λιμένες υπάρχουν για να περιορίσουν την ευθύνη και να παρέχουν βεβαιότητα στις διαδικτυακές επιχειρήσεις που επιτρέπουν στα μέλη του κοινού να δημιουργούν και να μοιράζονται περιεχόμενο. Καθιστούν δυνατή στο κοινό την πρόσβαση σε ανοιχτά διαδικτυακά φόρουμ για δημιουργική έκφραση και πολιτιστική συμμετοχή¹³⁴. Χωρίς αυτά, τέτοιες πλατφόρμες δεν μπορούν να διαχειριστούν τον επιχειρησιακό κίνδυνο που εγκυμονεί στη φιλοξενία τεράστιων ποσοτήτων περιεχομένου τρίτων.

Χάρη στους ασφαλείς λιμένες, οι διαδικτυακές επιχειρήσεις που φιλοξενούν περιεχόμενο που δημιουργείται από χρήστες (UGC) μπορούν να συγκεντρώνουν κεφάλαια και να λειτουργούν. Χωρίς αυτά, τα διαδικτυακά επιχειρηματικά μοντέλα που βασίζονται στο UGC θα ήταν μη βιώσιμα για όλους εκτός από τις μεγάλες υπηρεσίες, οι οποίες είναι και οι μόνες που μπορούν να ανταποκριθούν οικονομικά στο κόστος νομικών αποφάσεων εναντίον τους. Κατ' αυτόν τον τρόπο θεμελιώνεται η διαδραστική αρχιτεκτονική του διαδικτύου. Τα ασφαλή λιμάνια κρίνονται απαραίτητα για την εξασφάλιση της διαδικτυακής ποικιλίας, με

¹³¹ A. Bridy, *Copyright Reform in the EU: Grappling with the Google Effect*, 2019, European Private Law

¹³² G. Frosio, *To Filter or Not to Filter? That Is the Question in EU Copyright Reform*, 2017, 36(2) *Cardozo Arts & Entertainment Law Journal*, 2018, καθώς και T. Spierri, *On Upload-Filters and other Competitive Advantages for Big Tech Companies under Article 17 of the Directive on Copyright in the Digital Single Market*, 10 (2019) *JIPITEC* 173 para 1, pages 175-176

¹³³ A. Bridy, 2019, ό.π.

¹³⁴ M. Sag, *Internet Safe Harbors and the Transformation of Copyright Law*, 93, *NOTRE DAME L. REV.* 499, 518, 2017, page 519

δυνατότητα διεύρυνσης του φάσματος των παρόχων υπηρεσιών, προσφέροντας στο κοινό ευκαιρίες για δημιουργικότητα και συζήτηση πέρα από τα όρια των μεγάλων πλατφορμών¹³⁵.

IV. Η νέα ευθύνη των παρόχων (άρθρο 17 της Οδηγίας 2019/790)

1. Εισαγωγικά

Το προϊσχύσαν καθεστώς, το οποίο δημιούργησε το φαινόμενο του κενού αξίας, έδινε στους παρόχους ουδετερότητα έναντι των προσβολών πνευματικής ιδιοκτησίας που λάμβαναν χώρα στις πλατφόρμες τους. Ο χρήστης, αξιοποιώντας τις υπηρεσίες τους τελούσε την προσβολή αναφορώνοντας το περιεχόμενο και έφερε την πρωτογενή ευθύνη. Έτσι, οι πάροχοι δεν λάμβαναν άδειες εκμετάλλευσης και κανείς δεν κατέβαλε στην πράξη αμοιβή στους δικαιούχους για την εκτεταμένη χρήση των έργων τους, γεγονός όμως που προσέδιδε προστιθέμενη αξία στις υπηρεσίες των παρόχων. Με το νέο μηχανισμό ευθύνης, έγινε μια προσπάθεια περιορισμού του φαινομένου αυτού. Ο συλλογισμός που ακολουθήθηκε¹³⁶ ήταν πως θα πρέπει να αντιμετωπιστεί η ανισορροπία που είχε δημιουργηθεί ανάμεσα στις υπηρεσίες streaming από τη μία, οι οποίες φρόντιζαν να εξασφαλίσουν άδειες, να καταβάλουν αμοιβή στους δικαιούχους και έφεραν την αποκλειστική ευθύνη για τη νομιμότητα του περιεχομένου τους, και στους παρόχους επιγραμμικών υπηρεσιών από την άλλη, οι οποίοι προέβαλαν το ίδιο προστατευόμενο περιεχόμενο αναφορωμένο από τους χρήστες τους χωρίς να λαμβάνουν άδειες και καταβάλουν αμοιβή στους δικαιούχους.

Η Οδηγία 2019/790¹³⁷ αποσκοπεί στην προστασία της εμπορικής αξίας των πνευματικών έργων - και, συγκεκριμένα, της ηχογραφημένης μουσικής - καθιστώντας τους παρόχους υπηρεσιών διαμοιρασμού περιεχομένου στο διαδίκτυο άμεσα υπεύθυνους για τα έργα που διαθέτουν οι χρήστες τους (άρθρο 17). Αυτή είναι μια πρώτη αλλαγή πολιτικής που απομακρύνει τους νομοθέτες της ΕΕ από την γενική αρχή της ουδετερότητας των πλατφορμών που, για σχεδόν δύο δεκαετίες, η ΕΕ διατήρησε για να ενθαρρύνει την ανάπτυξη μιας ανθεκτικής υποδομής Διαδικτύου. Αντιστρέφοντας αυτήν την αρχή, η εν λόγω νομική διάταξη είχε ως στόχο να υποχρεώσει τις εταιρείες κοινωνικών μέσων να αποκτήσουν άδειες και να εφαρμόσουν τεχνολογίες αναγνώρισης περιεχομένου που μπορούν είτε να περιορίσουν την πρόσβαση σε μη εξουσιοδοτημένα έργα είτε να βοηθήσουν

¹³⁵ A. Bridy, 2019, ό.π.

¹³⁶ Ο συλλογισμός αυτός αποτυπώνεται με σαφήνεια στην αιτιολογική σκέψη 62 της Οδηγίας 2019/790, η οποία φωτογραφίζει ουσιαστικά την ανταγωνιστική σχέση που δημιουργείται ανάμεσα σε υπηρεσίες όπως το YouTube απ' τη μία και όπως το Netflix και το Spotify από την άλλη.

¹³⁷ Directive (EU) 2019/790 of the European Parliament and of the Council of 17 April 2019 on copyright and related rights in the Digital Single Market and amending Directives 96/9/EC and 2001/29/EC [CDSM], η οποία ενσωματώθηκε στην ελληνική έννομη τάξη με το ν. 4996/2022

τους δικαιούχους πνευματικών δικαιωμάτων να αμείβονται για τη διαδικτυακή εκμετάλλευση των έργων τους¹³⁸.

Το άρθρο 17 είναι μια πολύπλευρη και πολύπλοκη διάταξη, η οποία από την θέσπισή της έχει εγείρει διάφορα ζητήματα ερμηνείας και πρακτικής εφαρμογής της. Παρακάτω, θα δοθεί έμφαση στις διατάξεις εκείνες που σχετίζονται στενότερα με την αντιμετώπιση του προαναφερθέντος ζητήματος της ελλιπούς αμοιβής των δικαιούχων.

2.1 Η νέα ευθύνη των παρόχων

Στην παρ. 1 του αρ. 17 καθιερώνεται πρωτογενής ευθύνη (strict liability) των παρόχων επιγραμμικών υπηρεσιών¹³⁹ για το περιεχόμενο που αναρτάται από τους χρήστες των υπηρεσιών τους, σε αντίθεση με το μέχρι πρότινος ισχύον νομικό καθεστώς της ασυλίας. Πιο συγκεκριμένα, στην παράγραφο 4 εδάφιο α' προβλέπεται πως «οι πάροχοι επιγραμμικών υπηρεσιών ανταλλαγής περιεχομένου εκτελούν μια **πράξη παρουσίασης στο κοινό ή πράξη διάθεσης στο κοινό** [...] όταν παρέχουν πρόσβαση στο κοινό σε προστατευόμενα έργα πνευματικής ιδιοκτησίας ή άλλα αντικείμενα προστασίας που αναφορτώνονται από τους χρήστες τους», και ως εκ τούτου οι πάροχοι επιγραμμικών υπηρεσιών «ευθύνονται για μη αδειοδοτημένες πράξεις παρουσίασης στο κοινό, συμπεριλαμβανομένης της διάθεσης στο κοινό, έργων που προστατεύονται από δικαιώματα πνευματικής ιδιοκτησίας και άλλων αντικειμένων προστασίας» · οι συγκεκριμένες πράξεις τους δηλαδή συνιστούν προσβολή πνευματικής ιδιοκτησίας, ανεξάρτητα από το αν το περιεχόμενο αναρτήθηκε από τον πάροχο τον ίδιο ή από τον χρήστη.

Οι «πάροχοι φιλοξενίας» της Οδηγίας 2000/31, οι οποίοι απλώς φιλοξενούσαν το προστατευόμενο περιεχόμενο (παθητικός ρόλος), πλέον μετατρέπονται σε «παρόχους επιγραμμικών υπηρεσιών ανταλλαγής περιεχομένου», οι οποίοι χαρακτηρίζονται ως **αυτουργοί** της πράξης παρουσίασης ή ψηφιακής διάθεσης στο κοινό¹⁴⁰ (άμεση νόθος αντικειμενική ευθύνη¹⁴¹), παρόλο που δεν τελούν οι ίδιοι την πράξη παρουσίασης ή ψηφιακής διάθεσης¹⁴² (ενεργός ρόλος). Η άρση της ασυλίας που απολάμβαναν οι πάροχοι με

¹³⁸ G. Mazziotti and H. Ranavoson, *Can Online Music Platforms Be Fair? An Interdisciplinary Research Manifesto*, 2023, European University Institute, page 4

¹³⁹ Σύμφωνα με την παρ.6 του άρθρου 2 της Οδηγίας ως πάροχος επιγραμμικών υπηρεσιών ανταλλαγής περιεχομένου ορίζεται «ο πάροχος υπηρεσίας της κοινωνίας της πληροφορίας του οποίου ο κύριος ή ένας από τους κύριους σκοπούς είναι **να αποθηκεύει και να παρέχει πρόσβαση στο κοινό σε σημαντική ποσότητα προστατευόμενων από την πνευματική ιδιοκτησία ή άλλων αντικειμένων προστασίας που αναφορτώνονται από τους χρήστες του, και τα οποία η υπηρεσία βελτιστοποιεί και προωθεί με σκοπό το κέρδος**».

¹⁴⁰ Χ. Τσίγκου και Δ. Σαραφιανός, Άρθρο 66ΣΤ [N. 2121/1993]. Ορισμός παρόχων επιγραμμικών υπηρεσιών ανταλλαγής περιεχομένου και χρήση έργων ή άλλων αντικειμένων προστασίας από παρόχους επιγραμμικών υπηρεσιών διαμοιρασμού περιεχομένου, σε: Κ. Χριστοδούλου/Π. Τσίρης/Δ. Παπαδοπούλου, Δίκαιο Πνευματικής Ιδιοκτησίας, 2024, σ. 657

¹⁴¹ Π. Κοριατοπούλου-Αγγέλη, Οι εξαιρέσεις της παράθεσης και της παρωδίας στον ψηφιακό χώρο (το ειδικό καθεστώς της Οδηγίας 2019/790ΕΚ για τα δικαιώματα πνευματικής ιδιοκτησίας και τα συγγενικά δικαιώματα στην ψηφιακή ενιαία αγορά), ΧρΙΔ, 2023, 167.

¹⁴² P. Sirinelli, *Le nouveau régime applicable aux fournisseurs de services de partage de contenus en ligne*, Dalloz IP/IT, 2019, p.288

το προηγούμενο καθεστώς δηλώνεται σαφώς από τον νομοθέτη στην παρ. 3 της Οδηγίας, όπου αναφέρεται ότι «όταν ένας πάροχος επιγραμμικών υπηρεσιών ανταλλαγής περιεχομένου εκτελεί πράξη παρουσίας στο κοινό ή πράξη διάθεσης στο κοινό υπό τους όρους που θεσπίζονται στην παρούσα οδηγία, ο περιορισμός της ευθύνης που ορίζεται στο άρθρο 14 παράγραφος 1 της οδηγίας 2000/31/EK δεν έχει εφαρμογή στις περιπτώσεις που καλύπτονται από το παρόν άρθρο». Πρόκειται ουσιαστικά για την ανατροπή του συστήματος του ασφαλούς λιμένα, το οποίο έθετε το τεκμήριο της γνώσης της παράνομης δραστηριότητας από τον ενδιάμεσο προκειμένου να του καταλογιστεί η ευθύνη για την ανάρτηση παράνομου περιεχομένου. Βέβαια, όπως αναφέρεται στο τελευταίο σκέλος της παραγράφου αυτής, για πράξεις των χρηστών που δεν σχετίζονται με έργα προστατευόμενα από πνευματικά δικαιώματα (π.χ. ανάρτηση με δυσφημιστικό περιεχόμενο), η ευθύνη του παρόχου φιλοξενίας της Οδηγίας 2000/31 συνεχίζει να υφίσταται. Γίνεται έτσι σαφές ότι το καθεστώς της ευθύνης που θα διέπει τον πάροχο εξαρτάται από το περιεχόμενο της ανάρτησης του χρήστη.

Αξίζει να σημειωθεί ακόμη ότι η ευθύνη των παρόχων περιορίζεται μόνον σε σχέση με τις υπηρεσίες φιλοξενίας (άρθρ. 17 παρ. 3 της Οδ. 2019/790 σε συνδυασμό με το άρθρ. 14 παρ. 1 Οδ. 2000/31). Αντίθετα, η απαλλαγή από την ευθύνη του μεσάζοντος παρόχου συνεχίζει να υφίσταται ως προς άλλες υπηρεσίες της κοινωνίας της πληροφορίας, όπως στην αποθήκευση σε κρυφή μνήμη ή την απλή μετάδοση (άρθρ. 12 και 13 αντίστοιχα, αλλά και γενικά 15 Οδ. 2000/31). Έτσι παραμένει ανεύθυνος ο πάροχος που απλώς διαβιβάζει στιγμιαία το πειρατικό περιεχόμενο, χωρίς να το αποθηκεύει μόνιμα, όπως ο πάροχος πρόσβασης ή η μηχανή αναζήτησης¹⁴³.

2.2 Απαλλαγή από την ευθύνη των παρόχων

Προκειμένου να καταστεί ο νέος μηχανισμός ευθύνης πρακτικά εφαρμόσιμος, να ανταποκρίνεται στην πραγματικότητα του τεράστιου όγκου έργων που αναφορτώνονται καθημερινά από τους χρήστες και ταυτόχρονα να σέβεται τα δικαιώματα των δικαιούχων, ο ενωσιακός νομοθέτης προέβλεψε περιορισμό της ευθύνης των παρόχων. Πιο συγκεκριμένα, για να απαλλαγούν από την συγκεκριμένη ευθύνη (παρ. 4), οι πάροχοι θα πρέπει σωρευτικά¹⁴⁴:

«Α) να έχουν καταβάλει κάθε δυνατή προσπάθεια για την απόκτηση άδειας.

Β) να έχουν καταβάλει κάθε δυνατή προσπάθεια σύμφωνα με τα υψηλά πρότυπα επαγγελματικής ευσυνειδησίας του κλάδου προκειμένου να διαπιστώσουν την έλλειψη διαθεσιμότητας συγκεκριμένων έργων και άλλων αντικειμένων προστασίας για τα οποία οι δικαιούχοι έχουν παράσχει στους παρόχους υπηρεσιών τις σχετικές και απαραίτητες πληροφορίες και

¹⁴³ Κ. Χριστοδούλου, *Ευθύνη πλατφορμών μετά την Οδηγία 2019/ 790 για τα πνευματικά δικαιώματα στην ενιαία ψηφιακή αγορά*, σε: Συλλογικό Έργο, Τιμητικός Τόμος για την Καθηγήτρια Γιάννα Καρύμπαλη-Τσίπτσιου, τόμ. 2, 2022, σ. 1981-1994

¹⁴⁴ Το βάρος απόδειξης φέρουν οι πάροχοι

Γ) να έχουν ενεργήσει με ταχύτητα, με τη λήψη της επαρκώς τεκμηριωμένης ειδοποίησης από τους δικαιούχους, προκειμένου να απενεργοποιήσουν την πρόσβαση σε ή να αποσύρουν από τους ιστοτόπους τους έργα ή άλλα αντικείμενα προστασίας στα οποία αφορά η ειδοποίηση, και έχουν καταβάλει κάθε δυνατή προσπάθεια για να αποτρέψουν τις μελλοντικές αναφορτώσεις τους σύμφωνα με το στοιχείο β.»

2.2.1 Κάθε δυνατή προσπάθεια για λήψη άδειας

Η πρώτη προϋπόθεση της «κάθε δυνατής προσπάθειας» δηλώνει από την μία την υποχρέωση των παρόχων να αναζητήσουν τους δικαιούχους¹⁴⁵ και να τους ζητήσουν την αντίστοιχη άδεια¹⁴⁶. Από την άλλη όμως επιβάλλεται και οι δικαιούχοι να είναι έως έναν βαθμό εύκολα εντοπίσιμοι από τους παρόχους ώστε να τους προσεγγίσουν και να τους ταυτοποιήσουν, όπως και να είναι πρόθυμοι να προχωρήσουν σε διαπραγμάτευση ή να παραχωρήσουν άδεια.

Για να τηρηθεί η αρχή της αναλογικότητας και να μην υπονομευθεί το δικαίωμα της επιχειρηματικής ελευθερίας των παρόχων, αυτό πρακτικά θα είναι εφικτό μέσω του συστήματος συλλογικής διαχείρισης ή με την δημιουργία κάποιων συμπράξεων και σημείων επαφής των παρόχων με τους δικαιούχους.

2.2.2 Κάθε δυνατή προσπάθεια για διασφάλιση έλλειψης διαθεσιμότητας του περιεχομένου

Η δεύτερη προϋπόθεση έχει αποτελέσει αντικείμενο έντονων αντιδράσεων με το σκεπτικό ότι συνιστά απειλή για την ελευθερία της έκφρασης και της πληροφόρησης των χρηστών. Υποστηρίζεται ότι με την διάταξη αυτή οι πάροχοι υποχρεώνονται πρακτικά να προβαίνουν σε μια αυτοματοποιημένη αλγοριθμική διαδικασία φιλτραρίσματος του περιεχόμενου που θέλουν να αναφορτώσουν οι χρήστες (“upload filtering system”)¹⁴⁷, μια τεχνολογία ήδη διαθέσιμη στην αγορά. Συνεπώς, η παράλειψη χρήσης της θα σημαίνει την μη συμμόρφωση με τα «υψηλά πρότυπα επαγγελματικής ευσυνειδησίας του κλάδου» και κατ’ επέκταση με το καθήκον επιμέλειας των παρόχων.

Σύμφωνα με αντίθετη γνώμη, η αξιολόγηση της βέλτιστης προσπάθειας του παρόχου γίνεται με βάση συγκεκριμένο περιεχόμενο, το οποίο προσδιορίζεται κατά είδος και διαδικτυακή τοποθεσία από τον δικαιούχο. Κατά συνέπεια, ακόμη και εάν ο πάροχος αποφασίσει να χρησιμοποιήσει φίλτρα αυτόματης αναγνώρισης περιεχομένου (για το

¹⁴⁵ Δεν θεμελιώνεται καθήκον ‘άκρας επιμέλειας’ των παρόχων (βλ. 79. Κ. Χριστοδούλου, 2022, ό.π., σ. 1992), αλλά ‘καθήκον επιμελούς αναζήτησης’ των δικαιούχων ή των εκπροσώπων τους για την λήψη άδειας (βλ. G. Spindler, *The Liability system of Art. 17 DSM D and national implementation – contravening prohibition of general monitoring duties?*, <https://www.jipitec.eu/archive/issues/jipitec-10-3-2019/5041>)

¹⁴⁶ Σύμφωνα με την αιτιολογική σκέψη 61 της Οδηγίας, η χορήγηση άδειας γίνεται κατόπιν διαπραγματεύσεων και συμφωνιών, έναντι αντιτίμου ή με αντάλλαγμα δεδομένα και δραστηριότητες προώθησης ή και δωρεάν (μέσω αδειών Creative Commons).

¹⁴⁷ Το συγκεκριμένο σύστημα δεν είναι ταυτόσημο της γενικής παρακολούθησης που ρητά απαγορεύει η παρ. 3, αλλά αφορά μόνο τα έργα εκείνα για τα οποία οι δικαιούχοι έχουν παράσχει τις απαραίτητες πληροφορίες.

συγκεκριμένο περιεχόμενο που έχει υποδειχθεί), αυτά τα φίλτρα δεν θα εφαρμοστούν στο σύνολο του αναρτώμενου περιεχομένου. Έτσι, δεν μπορεί να γίνει λόγος για προληπτική λογοκρισία επί των νόμιμων αναφορτώσεων¹⁴⁸.

2.2.3 Κατασταλτικός και προληπτικός μηχανισμός

Στην τελευταία προϋπόθεση ορίζεται το καθήκον των παρόχων να απομακρύνουν ή να διακόψουν την πρόσβαση στο επισημασμένο παράνομο περιεχόμενο (notice and take down) και να καταβάλλουν κάθε δυνατή προσπάθεια αποτροπής μελλοντικής αναφόρτωσής του (notice and stay down), μετά από λήψη τεκμηριωμένης ειδοποίησης. Η διαφορά με την αντίστοιχη υποχρέωση που επέβαλλε η Οδηγία 2000/31 είναι η προσθήκη της αποτροπής μελλοντικών αναφορτώσεων, η οποία κατ' ουσίαν επιβεβαιώνει το επιχείρημα της ανάγκης χρησιμοποίησης ενός συστήματος upload filtering όπως αναφέρθηκε παραπάνω.

Επειδή η έννοια της «επαρκώς τεκμηριωμένης ειδοποίησης» δεν εξειδικεύεται περαιτέρω, θα πρέπει κατ' αναλογία να συγκριθεί με μηχανισμούς εντοπισμού και αντιμετώπισης παράνομου περιεχομένου, όπως ο μηχανισμός υποβολής και διεκπεραίωσης αναγγελιών που θεσπίζεται με τη Σύσταση (ΕΕ) 2018/334 για την αποτελεσματική αντιμετώπιση του παράνομου περιεχομένου στο διαδίκτυο. Σε μία ακριβή και επαρκώς εμπεριστατωμένη ειδοποίηση, θα πρέπει να επεξηγούνται οι λόγοι για τους οποίους το συγκεκριμένο περιεχόμενο θεωρείται παράνομο, όπως και να δίνεται σαφής ένδειξη της τοποθεσίας του στο διαδίκτυο¹⁴⁹.

2.3 Ερμηνευτικά-δογματικά ζητήματα του ά. 17

Από την παρ. 2 του άρθρου προκύπτει ότι οι χρήστες των υπηρεσιών καταρχήν απαλλάσσονται από την ευθύνη για την ανάρτηση περιεχομένου, εκτός αν δρουν υπό εμπορική ιδιότητα ή αποκομίζουν σημαντικά έσοδα κατ' αυτόν τον τρόπο. Στις μέρες μας όμως είναι πολύ συχνό τα όρια μεταξύ της εμπορικής ή ιδιωτικής δραστηριότητας του χρήστη να είναι κάπως θολά. Ένα κριτήριο που θα μπορούσε να εφαρμοστεί για να γίνει η συγκεκριμένη διάκριση ανάμεσα σε ιδιώτες και εμπόρους χρήστες, είναι το κατά πόσο η προστιθέμενη αξία του έργου ωφελεί περισσότερο τον ίδιο τον χρήστη-έμπορο ή τον πάροχο που προσφέρει την υπηρεσία του στον ιδιώτη.¹⁵⁰ Αν οικονομικά ωφελείται περισσότερο ο χρήστης-έμπορος, αυτός θα πρέπει να είναι και υπεύθυνος για την απόκτηση της άδειας.

Ένα ακόμη ερμηνευτικό ζήτημα εντοπίζεται στην παρ. 2, η οποία πραγματεύεται μια μοναδική πράξη παρουσίασης-διάθεσης στο κοινό που συνδέεται όμως με δύο πρόσωπα: τον πάροχο και τον χρήστη. Σε ποια πράξη του χρήστη αναφέρεται η διάταξη αυτή, αφού βάσει της παρ. 1 η πράξη παρουσίασης-διάθεσης ρητά τελείται από τον πάροχο; Δεν είναι δυνατό να αναφέρεται στην πράξη αναφόρτωσης του περιεχομένου που τελείται εξ ορισμού από τον χρήστη, διότι αυτή υπάγεται στην πράξη αναπαραγωγής του άρθρ. 2 της Οδηγίας

¹⁴⁸ G. Splinder, 2019, ό.π.

¹⁴⁹ Σύσταση (ΕΕ) 2018/334 για την αποτελεσματική αντιμετώπιση του παράνομου περιεχομένου στο διαδίκτυο, σκ. 6

¹⁵⁰ Γ. Παραμυθιώτης 'Πρόσφατες εξελίξεις στο δίκαιο πνευματικής ιδιοκτησίας' 2020, 20 ΙΜΕ ΓΣΕΒΕΕ,

2001/29 και όχι στην πράξη παρουσίασης-διάθεσης του άρθρ. 3 της ίδιας Οδηγίας. Και, ακόμα και σκοπός της αναφόρτωσης να είναι η παρουσίαση στο κοινό, η αναγκαία δημιουργία αντιγράφου σε server, δηλαδή η πράξη αναπαραγωγής, θεωρείται πράξη προπαρασκευαστική και μη αυτοτελής, χωρίς να χρειάζεται επιπλέον άδεια από τον δικαιούχο.

Σύμφωνα με την θεωρία που ανέπτυξαν οι Martin Husovec και Pedro Quintais¹⁵¹, η εν λόγω διάταξη εισάγει ένα νέο *sui generis* δικαίωμα των δικαιούχων προστατευόμενου περιεχομένου, καθώς ο χρήστης της πλατφόρμας και η πλατφόρμα προβαίνουν σε εντελώς διαφορετικές πράξεις. Αφενός ο χρήστης προβαίνει σε παρουσίαση στο κοινό, σύμφωνα με το άρθρο 3 της Οδηγίας, ενώ η πλατφόρμα σε πράξη παρουσίασης στο κοινό που εντάσσεται στο πεδίο εφαρμογής του νέου *sui generis* δικαιώματος που προβλέπεται στο άρθρο 17 της Οδηγίας (ο πάροχος καθίσταται κατά πλάσμα δικαίου αυτοτελής, παρόλο που η πράξη αναφόρτωσης τελείται από τον χρήστη). Επιπλέον, όταν ο χρήστης προχωρά σε πράξη παρουσίασης για μη εμπορικούς σκοπούς, η πράξη του «συγχωνεύεται» με την πράξη της πλατφόρμας ώστε η άδεια που έχει λάβει η πλατφόρμα να καλύπτει και τον χρήστη.

Κατά μία άλλη άποψη, η οποία βασίζεται στην ενωσιακή νομολογία -όπου έχει υποστηριχθεί ότι περισσότερα φυσικά ή νομικά πρόσωπα μπορούν να συμμετέχουν σε μια μόνο πράξη παρουσίασης στο κοινό- η πράξη παρουσίασης ή διάθεσης του χρήστη τελείται παράλληλα με την πράξη του παρόχου. Έτσι, αυτές οι δύο πράξεις χρήστη και παρόχου συνυπάρχουν σωρευτικά¹⁵².

Με βάση τον Παραμυθιώτη¹⁵³, δογματικά ορθότερο είναι να θεωρηθεί η πράξη αναφόρτωσης του περιεχομένου από τον χρήστη ως συμμετοχή ή έστω συναυτουργία στην πράξη παρουσίασης-διάθεσης στο κοινό που τελεί ο πάροχος, με συνέπεια την εις ολόκληρο ευθύνη χρήστη και παρόχου (926 ΑΚ). Ωστόσο, η συγκεκριμένη θέση θα μπορούσε να θεωρηθεί αντίθετη με την γραμματική και τεολογική ερμηνεία της διάταξης, καθώς θα αναγνωριζόταν ευθύνη και στο πρόσωπο του χρήστη, ενώ ο νόμος ορίζει ρητά αυτοτελή της πράξης αναφόρτωσης μόνο τον πάροχο.

Τέλος, ως προς το ζήτημα της σχέσης της εν λόγω διάταξης με τις αντίστοιχες προϋφιστάμενες, σύμφωνα με την μάλλον κρατούσα άποψη¹⁵⁴, το άρθρο 17 δεν εισάγει ούτε

¹⁵¹ M. Husovec & P. Quintais, *How to License Article 17? Exploring the Implementation Options for the New EU Rules on Content-Sharing Platforms*, GRUR International, 2021

¹⁵² M. Leistner, *European Copyright Licensing and Infringement Liability Under Art. 17 DSM-Directive Compared to Secondary Liability of Content Platforms in the U.S. – Can We Make the New European System a Global Opportunity Instead of a Local Challenge*, 2020, Zeitschrift für Geistiges Eigentum/Intellectual Property Journal (ZGE/IPJ), Issue 2, p. 131

¹⁵³ Γ. Παραμυθιώτης, 2020, ό.π.

¹⁵⁴ Βλ. Δ. Καλλινίκου, *Πνευματική Ιδιοκτησία και Συγγενικά Δικαιώματα*, 2021, 4^η έκδοση, σελ. 798 · M. Leistner, ό.π. p.133 · E. Rosati, *Five Considerations for the Transposition and Application of Article 17 of the DSM Directive*, 202, 16(3) Journal of Intellectual Property Law & Practice, page 268 · Pollaud-Dulian, *Téléversement et responsabilité des prestataires de services de l'Internet : encore et toujours l'article 17 de la directive n° 2019/790*, RTD com. 2021. pp. 77

νέο ούτε ιδίομορφο δικαίωμα πνευματικής ιδιοκτησίας σε σχέση με το άρθρο 3 της Οδηγίας 2001/29/EK και το άρθρο 14 της Οδηγίας 2000/31/EK. Αυτό που επιτυγχάνεται είναι η πλήρης και εξειδικευμένη ρύθμιση της πράξης παρουσίασης ή διάθεσης στο κοινό μόνο στις περιπτώσεις που αναφέρονται στο συγκεκριμένο άρθρο. Πρόκειται συνεπώς για μία διάταξη **lex specialis**¹⁵⁵ του ευρωπαϊκού δικαίου μόνο ως προς την αρχή της ουδετερότητας των επιγραμμικών παρόχων (safe harbor doctrine).

2.4 Ζητήματα πρακτικής εφαρμογής του ά. 17

Ένα πρώτο ζήτημα που τίθεται και εξαρτάται άμεσα από την παραπάνω νομική υπαγωγή της πράξης αναφόρτωσης από τον χρήστη, είναι αυτό της ευθύνης του χρήστη για περιεχόμενο που αναρτά και για το οποίο ο πάροχος δεν έχει φροντίσει να λάβει τη σχετική άδεια. Σε περίπτωση που θεωρήσουμε την πράξη της αναφόρτωσης αυτοτελή ή έστω συμμετοχή στην παρουσίαση-διάθεση στο κοινό, τότε ο χρήστης έχει ευθεία ευθύνη ακόμη και για πράξη η οποία δεν έχει εμπορικό σκοπό, επειδή ο πάροχος δε μερίμνησε να λάβει τη σχετική άδεια.

Επιπλέον, από τη γραμματική διατύπωση της παρ. 1, ο πάροχος φαίνεται να προβαίνει πάντα σε πράξη παρουσίασης στο κοινό, ανεξάρτητα εάν αυτό έχει αναφορτωθεί από χρήστη για ιδιωτικούς ή εμπορικούς σκοπούς. Έτσι, αν ο χρήστης έχει λάβει άδεια από τον δικαιούχο που δεν καλύπτει τον πάροχο, τότε ο πάροχος θα πρέπει να μεριμνήσει για τη λήψη σχετικής άδειας για την ίδια ακριβώς ανάρτηση. Σε αυτή την περίπτωση, παρουσιάζεται το **παράδοξο του διπλού αντιτίμου**. Προφανώς, μια τέτοια σκέψη θα πρέπει να απορριφθεί ως αντίθετη προς τον σκοπό του νομοθέτη, όπως αποτυπώνεται στην αιτ. σκ. 69, σύμφωνα με την οποία «Όταν οι δικαιούχοι έχουν ρητώς εξουσιοδοτήσει χρήστες να αναφορτώνουν και να καθιστούν διαθέσιμα έργα ή άλλα αντικείμενα προστασίας σε επιγραμμική υπηρεσία ανταλλαγής περιεχομένου, η πράξη παρουσίασης στο κοινό του παρόχου της υπηρεσίας επιτρέπεται εντός του πεδίου εφαρμογής της άδειας που χορηγείται από τον δικαιούχο. Ωστόσο, δεν θα πρέπει να υπάρχει τεκμήριο υπέρ των παρόχων επιγραμμικών υπηρεσιών ανταλλαγής περιεχομένου ότι οι χρήστες τους έχουν εκκαθαρίσει όλα τα σχετικά δικαιώματα». Δηλαδή με βάση τα ανωτέρω, η άδεια που έχει πάρει ο χρήστης διευρύνεται έτσι ώστε να καλύπτει και τον πάροχο. Αυτό βέβαια δεν απαλλάσσει τον πάροχο από την υποχρέωση της λήψης σχετικής άδειας όταν ο χρήστης που λειτουργεί με εμπορικό σκοπό δεν έχει μεριμνήσει για αυτό. Πρακτικά, αυτό μεταφράζεται σε δύο εκδοχές: είτε οι πάροχοι θα πρέπει να βεβαιώνονται ότι οι εμπορικοί τους χρήστες έχουν εκκαθαρίσει τα σχετικά δικαιώματα πριν την αναφόρτωση του περιεχομένου, είτε θα πρέπει να λαμβάνουν ξεχωριστή άδεια από τους δικαιούχους για λογαριασμό τους, με αποτέλεσμα όμως οι δικαιούχοι σε κάποιες περιπτώσεις να λαμβάνουν διπλή αμοιβή.

¹⁵⁵ Κ. Βόσσοσ, Παρατηρήσεις στη ΔΕΕ υπόθ. C-401/19, απόφ. της 26.4.2022 - Η ευθύνη των παρόχων επιγραμμικών υπηρεσιών ανταλλαγής προστατευόμενου περιεχομένου στην Οδηγία 2019/790, ΔΙΤΕ, 2022, σελ. 269 · Κατευθυντήριες γραμμές σχετικά με το άρθρο 17 της οδηγίας 2019/790 για τα δικαιώματα πνευματικής ιδιοκτησίας στην ψηφιακή ενιαία αγορά (COM(2021) 288 final), σελ. 2-3

Στην ανασφάλεια ως προς την πρακτική εφαρμογή του άρθρου 17 προστίθενται μερικά ακόμη ερωτήματα. Για παράδειγμα, τι γίνεται στην περίπτωση που ο χρήστης δεν έχει άμεση εμπορική στόχευση -π.χ. χρησιμοποιεί τις αναρτήσεις του για να προωθήσει την επαγγελματική του δραστηριότητα- ή στην περίπτωση που μια ανάρτηση θίγει το ηθικό δικαίωμα της ακεραιότητας του έργου (όταν ο χρήστης έχει αλλάξει το περιεχόμενο του έργου χωρίς τη συναίνεση του δημιουργού).

3. Κριτική θεώρηση της διάταξης

Από τη στιγμή που περιλήφθηκε (ως Άρθρο 13) στην πρόταση Οδηγίας της Ευρωπαϊκής Επιτροπής τον Σεπτέμβριο του 2016, αυτή η διάταξη έχει αποτελέσει στόχο μιας ατέλειωτης σειράς ακαδημαϊκών άρθρων, μελετών, ερωτήσεων στο κοινοβούλιο, ανοιχτών επιστολών, δημοφιλών λιστών υπογραφών και άλλων πρωτοβουλιών που είχαν ως στόχο τον εντοπισμό των "αρνητικών" πτυχών του πολύπλοκου νομικού μηχανισμού που περιέχει, ιδιαίτερα για την προστασία της ελευθερίας έκφρασης και της «ελευθερίας του Διαδικτύου»¹⁵⁶. Ο όγκος και η ένταση αυτού του κριτικού κινήματος αυξήθηκε, και έγινε ακόμη πιο εμφανής, αμέσως μόλις τα κράτη μέλη της ΕΕ άρχισαν να μεταφέρουν στις εθνικές έννομες τάξεις τους αυτήν την διάταξη με έναν αρκετά ανομοιογενή, διασπασμένο και (κυρίως) ανεπαρκή τρόπο¹⁵⁷. Ωστόσο, είναι πλέον σαφές ότι το νέο καθεστώς ευθύνης των παρόχων υπηρεσιών διαδικτύου θα αλλάξει αναπόφευκτα ως έναν βαθμό την θέση και την αντιμετώπιση των δικαιούχων στο online περιβάλλον, αφού τους εξασφαλίζεται μια νέα και σταθερή ροή εσόδων. Από την άλλη πλευρά, στις πλατφόρμες ανατίθενται πλέον αυξημένες υποχρεώσεις επιμέλειας, οι οποίες φυσικά ισοδυναμούν με επιπρόσθετο διαχειριστικό κόστος.

Η φιλοσοφία του άρθρου 17 σχηματίστηκε ειρωνικά γύρω από την υφιστάμενη πρακτική που ακολουθούσε η υπηρεσία του YouTube -αυτή που ως επί το πλείστον δημιούργησε το πρόβλημα που η Οδηγία 2019/790 προσπάθησε να λύσει. Από το 2007, το YouTube εφαρμόζει το σύστημα το οποίο επιτρέπει σε συγκεκριμένα άτομα να ζητήσουν την αναγνώριση ενός περιεχομένου ως «γνήσια» ανάρτηση από τον δικαιούχο. Τα αρχεία που αναφορτώνονται από τους χρήστες και προσομοιάζουν αρκετά με την γνήσια ανάρτηση φιλτράρονται και οι δικαιούχοι μπορούν να ζητήσουν είτε την απόσυρση του περιεχομένου είτε τη

¹⁵⁶ Ορισμένες από αυτές τις πρωτοβουλίες είναι οι εξής: S. Stalla-Bourdillon et al (40 academics), *Open Letter to the European Commission – On the Importance of Preserving the Consistency and Integrity of the EU Acquis Relating to Content Monitoring within The Information Society*, 2016 · European Copyright Society, *General Opinion on the EU Copyright Reform Package*, 2017 · Max Planck Institute for Innovation and Competition, 2017, *Position Statement on the Proposed Modernization of European Copyright Rules: Art. 13* · C. Doctorow, *Four million Europeans' signatures opposing Article 13 have been delivered to the European Parliament*, 2018. Από ακαδημαϊκές απόψεις βλ. ενδεικτικά: S. Dusollier, *The 2019 Directive on Copyright in the Digital Single Market: Some progress, a few bad choices, and an overall failed ambition*, 2020, 57 *Common Market Law Review*, p. 979 · F. Reda *Article 17: What is it really good for? Rewriting the history of the DSM Directive – Part 1*, 2020, <https://copyrightblog.kluweriplaw.com/2020/09/28/article-17-what-is-it-really-good-for-rewriting-the-history-of-the-dsm-directive-part-1/>

¹⁵⁷ E. Rosati, *The DSM Directive 3 years on: have we found our digital single market yet?*, (2022) 17 *Journal of Intellectual Property Law & Practice*, σελ. 397.

«χρηματοποίηση» (monetization), δηλαδή την αδειοδότηση έναντι αμοιβής του περιεχομένου. Επιπλέον, το άρθρο 17, έτσι όπως τελικά δημοσιοποιήθηκε, δεν αναφέρεται ρητά σε υποχρέωση εγκατάστασης φίλτρου. Το φαινομενικό αυτό επίτευγμα οφείλεται στο Ευρωπαϊκό Κοινοβούλιο, το οποίο αρνήθηκε την ένταξη ενός τέτοιου όρου, ο οποίος στην πράξη ερμηνεύεται ως λογοκρισία του περιεχομένου. Ωστόσο, με τα σημερινά τεχνολογικά δεδομένα, οι δύο υποχρεώσεις, αφενός να εντοπιστεί και να απενεργοποιηθεί η πρόσβαση στο «παράνομο περιεχόμενο», και αφετέρου να εμποδιστεί η μελλοντική του αναφόρτωση στον ιστότοπο, μπορούν να υλοποιηθούν μόνο με τη χρήση της τεχνολογίας αναγνώρισης περιεχομένου («Content ID Technology»)¹⁵⁸. Πρόκειται αναμφίβολα για μία απαίτηση τεχνικών μέτρων, αφού ο πάροχος είναι σιωπηρά επιφορτισμένος με την απόκτηση ή δημιουργία ενός αρχείου αναφοράς για οποιοδήποτε περιεχόμενο που θα μπορούσε να αποτελέσει αντικείμενο ειδοποίησης, ενώ στη συνέχεια υποχρεούται να επιβλέπει το περιεχόμενο που αναφορτώνεται ώστε να μπορεί να αποτρέψει την εκ νέου προσβολή¹⁵⁹.

Σκοπός της νέας Οδηγίας ήταν να εξαλείψει τις αδυναμίες του προϊσχύσαντος συστήματος του παθητικού-ουδέτερου ρόλου των παρόχων. Πλέον δεν θα είναι απαραίτητη η «αστυνόμευση» της πνευματικής ιδιοκτησίας με την οποία ήταν επιφορτισμένοι οι δικαιούχοι, διότι το βάρος επιβολής των κανόνων πέφτει στον πάροχο. Παρόλα αυτά, η Οδηγία δεν επιδιώκει να αλλάξει τις ισορροπίες της πνευματικής ιδιοκτησίας και ο χρήστης συνεχίζει να προστατεύεται από τις ίδιες εξαιρέσεις, όπως η παράθεση αποσπασμάτων ή η παρωδία (παρ. 7 του άρθρου 17). Η διαμάχη παραμένει η ίδια: μεταξύ δικαιούχου και χρήστη, απλά εκεί που ο δικαιούχος προέβαινε σε καταγγελία κατά του περιεχομένου του χρήστη, πλέον ο χρήστης κάνει την καταγγελία ώστε να αναγνωριστεί το δικαίωμά του να χρησιμοποιεί το περιεχόμενο¹⁶⁰.

4. Η ευθύνη της Οδηγίας 2019/790 σε σχέση με την ευθύνη του Κανονισμού DSA

Με ημερομηνία έναρξης ισχύος στις 16 Νοεμβρίου 2022, ο Κανονισμός για τις Ψηφιακές Υπηρεσίες ('DSA')¹⁶¹ εισήγαγε νέους κανόνες στην ενιαία αγορά για τις ψηφιακές υπηρεσίες, ενώ τροποποίησε την Οδηγία 2000/31, η οποία όμως παραμένει ακόμα σε ισχύ, όπως ορίζεται στο άρθρο 2 παρ. 3 του DSA.

Ένα από τα πιο ενδιαφέροντα στοιχεία του DSA είναι η πρόβλεψη ενός καθεστώτος ευθύνης σχετικά με το παράνομο περιεχόμενο που παρέχεται από τους χρήστες, το οποίο ποικίλλει για τους παρόχους ανάλογα με τον τύπο της υπηρεσίας που παρέχουν. Οι υπηρεσίες διακρίνονται μεταξύ υπηρεσιών «απλής μεταφοράς», «αποθήκευσης σε μνήμη cache» και «φιλοξενίας» (άρθρα 4-6 του DSA). Επίσης, τίθενται αυστηρότερες απαιτήσεις για τις πολύ μεγάλες διαδικτυακές πλατφόρμες και τις μηχανές αναζήτησης (δηλαδή, αυτές με περισσότερους από 45 εκατομμύρια μηνιαίους χρήστες, άρθρο 33 παρ. 4 του DSA).

¹⁵⁸ P. Jougoux, *Ευρωπαϊκό Δίκαιο Διανοητικής Ιδιοκτησίας*, 2020, Εκδόσεις Σάκκουλα, σελ. 263-264

¹⁵⁹ A Bridy, 2019, *ό.π.*, σελ 354

¹⁶⁰ P. Jougoux, 2020, *ό.π.*

¹⁶¹ Regulation (EU) 2022/2065 of the European Parliament and of the Council of 19 October 2022 on a Single Market For Digital Services and amending Directive 2000/31/EC (Digital Services Act)

Σε αυτό το πλαίσιο, πρέπει να σημειωθεί ότι υπάρχει σημαντική διαφορά προσέγγισης μεταξύ του DSA και της Οδηγίας 2019/790. Όπως αναφέρθηκε στις προηγούμενες ενότητες, η παρ. 1 του άρθρ. 17 της εν λόγω Οδηγίας προβλέπει ένα καθεστώς άμεσης ευθύνης των παρόχων και ορισμένες εξαιρέσεις που όταν συντρέχουν σωρευτικά απαλλάσσουν τον πάροχο από την ευθύνη αυτή. Ωστόσο, στο Κεφάλαιο II του DSA παρέχεται μια λιγότερο αυστηρή προσέγγιση στις διατάξεις που σχετίζονται με την απαλλαγή των παρόχων υπηρεσιών στον ψηφιακό τομέα από την ευθύνη για τη μετάδοση και αποθήκευση πληροφοριών που ανήκουν σε τρίτους. Ειδικότερα, το άρθρο 6 DSA ορίζει ότι «σε περίπτωση παροχής υπηρεσίας της κοινωνίας των πληροφοριών η οποία συνίσταται στην αποθήκευση πληροφοριών που παρέχει ο αποδέκτης της υπηρεσίας, ο πάροχος της υπηρεσίας δεν φέρει ευθύνη όσον αφορά τις πληροφορίες που αποθηκεύονται κατόπιν αιτήματος του αποδέκτη της υπηρεσίας, υπό τον όρο ότι ο πάροχος: α) δεν γνωρίζει πραγματικά ότι πρόκειται για παράνομη δραστηριότητα ή παράνομο περιεχόμενο και, όσον αφορά αξιώσεις αποζημίωσης, δεν έχει αντίληψη των γεγονότων ή των περιστάσεων από τις οποίες προκύπτει η παράνομη δραστηριότητα ή το παράνομο περιεχόμενο· ή β) μόλις λάβει γνώση ή αντιληφθεί τα ανωτέρω, αποσύρει αμέσως το παράνομο περιεχόμενο ή απενεργοποιεί την πρόσβαση σε αυτό».

Καθορίζεται λοιπόν μια διαφορετική προσέγγιση όσον αφορά το πεδίο ευθύνης των παρόχων υπηρεσιών διαμοιρασμού περιεχομένου στο διαδίκτυο. Από τη μία πλευρά, το άρθρο 17 της Οδηγίας 2019/790 θεσπίζει ένα καθεστώς άμεσης ευθύνης για τους παρόχους υπηρεσιών διαμοιρασμού περιεχομένου, που σημαίνει ότι θα θεωρούνται πάντα υπεύθυνοι για το περιεχόμενο που παραβιάζει πνευματικά δικαιώματα και μοιράζονται οι χρήστες τους, στην περίπτωση που ο πάροχος δεν έχει αποκτήσει προηγούμενη άδεια ή εάν ο πάροχος δεν έχει επιδείξει μια ενεργή προσέγγιση όσον αφορά το φιλτράρισμα των παράνομων περιεχομένων στο διαδίκτυο. Από την άλλη, ο DSA υιοθετεί αντίθετη προσέγγιση, θεωρώντας ότι οι πάροχοι υπηρεσιών είναι γενικά απαλλαγμένοι από την ευθύνη εκτός από τις περιπτώσεις που προβλέπονται στο άρθρο 6. Το πρόβλημα που φαίνεται να δημιουργείται επιλύεται από το άρθρο 2 παρ. 4 DSA, σύμφωνα με το οποίο «ο παρών κανονισμός δεν θίγει τους κανόνες που θεσπίζονται από το ενωσιακό δίκαιο σχετικά με τα δικαιώματα πνευματικής ιδιοκτησίας και τα συγγενικά δικαιώματα» και επομένως συμπληρώνει και δεν αντικαθιστά την συγκεκριμένη νομοθεσία (δηλαδή την Οδηγία). Συνεπώς, ο DSA θα πρέπει να λαμβάνεται υπόψη ως ένα γενικό πλαίσιο και να εφαρμόζεται στον βαθμό που οι νόμοι της ΕΕ δεν περιλαμβάνουν πιο συγκεκριμένες νομικές διατάξεις¹⁶².

Για να καθοριστεί η ευθύνη των διαδικτυακών πλατφορμών στις περιπτώσεις κοινοποίησης από τους χρήστες τους περιεχομένου που παραβιάζει τα πνευματικά δικαιώματα, θα εφαρμοστεί ο νόμος που προβλέπει τις ειδικότερες για το ζήτημα διατάξεις (lex specialis) -εν προκειμένω η Οδηγία 2019/790. Ο DSA πρέπει να θεωρηθεί συμπληρωματικός και θα

¹⁶² ICTLC, *The intersection between the new Digital Services Act and Copyright Directive No. 790/2019 with regard to the liability of hosting providers*, <https://www.ictlc.com/the-intersection-between-the-new-digital-service-act-and-copyright-directive-no-790-2019-with-regard-to-the-liability-of-hosting-providers/?lang=en>

χρησιμοποιηθεί για να αντιμετωπίσει μόνο ορισμένες «αδυναμίες» της Οδηγίας¹⁶³, όπως για να διευκρινίσει την έννοια της «επαρκούς, ακριβούς και κατάλληλα τεκμηριωμένης ειδοποίησης» που πρέπει να υποβάλλεται στον πάροχο υπηρεσιών από τους κάτοχους πνευματικών δικαιωμάτων για την αίτηση αφαίρεσης των έργων τους σύμφωνα με το άρθρο 17 παρ. 4 της Οδηγίας, όταν δημοσιευθέν περιεχόμενο παραβιάζει τα δικαιώματά τους¹⁶⁴.

Συμπερασματικά, Παρά την ευρεία προσπάθεια του DSA να εισαγάγει νέες υποχρεώσεις για τις πολύ μεγάλες διαδικτυακές πλατφόρμες, η σημαντικότερη μορφή ρύθμισης που αποσκοπεί στη βοήθεια των δικαιούχων μουσικών δικαιωμάτων να ασκήσουν τα δικαιώματά τους στο τοπίο των κοινωνικών μέσων και των πλατφορμών streaming είναι το άρθρο 17 της Οδηγίας 2019/790¹⁶⁵. Αδιαμφισβήτητα παρατηρείται μεγάλη πολυπλοκότητα στο ρυθμιστικό πλαίσιο σχετικά με την προστασία των πνευματικών δικαιωμάτων στο διαδίκτυο. Ωστόσο, ο DSA συνδυάζεται άρτια με το πλαίσιο που καθορίζει η Οδηγία 790/2019, πιθανώς μάλιστα το εμπλουτίζει και το συγκεκριμενοποιεί.

Επίλογος

Τελικά, πέντε χρόνια μετά την θέση του σε ισχύ, κατάφερε το άρθρο 17 να κλείσει το υποτιθέμενο κενό αξίας, ανακατευθύνοντας περισσότερα έσοδα που παράγονται από πλατφόρμες περιεχομένου που δημιουργείται από χρήστες προς τους συγγραφείς, τους ερμηνευτές και άλλους δικαιούχους; Δυστυχώς, αυτό το ερώτημα δεν μπορεί να απαντηθεί χωρίς επαρκή, ακριβή και εμπειριστατωμένα στοιχεία, τα οποία έως και σήμερα δεν υπάρχουν. Το γεγονός ότι ούτε οι πλατφόρμες ούτε οι οργανισμοί που εκπροσωπούν τους δικαιούχους έχουν σχολιάσει δημόσια αυτό το ζήτημα υποδηλώνει ότι, παρά όλες τις προσπάθειες και τις ελπίδες που επενδύθηκαν στη μάχη για το Άρθρο 17, ο αντίκτυπός του στη βελτίωση της εισοδηματικής κατάστασης των δημιουργών και των ερμηνευτών ήταν πιθανώς περιορισμένος στην καλύτερη περίπτωση¹⁶⁶. Πέντε χρόνια μετά, το Ευρωπαϊκό Κοινοβούλιο συνεχίζει να τονίζει το ζήτημα της μη δίκαιης κατανομής των εσόδων που προκύπτουν στην ευρωπαϊκή αγορά μουσικού streaming¹⁶⁷. Τουλάχιστον, μέσα στα επόμενα χρόνια αναμένεται μια ακόμα πιο λεπτομερή αξιολόγηση της κατάστασης, βασισμένη σε πραγματικά δεδομένα από την Επιτροπή¹⁶⁸.

¹⁶³ J.P. Quintais, S.F. Schwemer, *The Interplay between the Digital Services Act and Sector Regulation: How Special Is Copyright?*, *European Journal of Risk Regulation*, 2022, 1–31

¹⁶⁴ Συγκεκριμένα θα πρέπει να εφαρμοστούν τα κριτήρια του άρθρου 16 DSA, τα οποία παρέχουν σαφή πρότυπα αναφοράς που επιτρέπουν και διευκολύνουν την υποβολή της Ειδοποίησης.

¹⁶⁵ E. Rosati, *The Digital Services Act and copyright enforcement: The case of Article 17 of the DSM Directive in* Maja Cappello (ed), *Unravelling the Digital Services Act package* (European Audiovisual Observatory 2021).

¹⁶⁶ P. Keller, *Article 17 – five years later*, 2024 <https://copyrightblog.kluweriplaw.com/2024/06/07/article-17-five-years-later/>

¹⁶⁷ European Parliament, *Resolution of 17 January 2024 on cultural diversity and the conditions for authors in the European music streaming market* (2023/2054(INI))

¹⁶⁸ Άρθρο 30, Οδηγία 2019/790.

Με τις υφιστάμενες συνθήκες, ακόμα και μετά την θέσπιση των νέων κανόνων που αποσκοπούσαν στην εξάλειψη του κενού αξίας, οι νομικές αρχές της δικαιοσύνης, της αναλογικής αμοιβής και της διαφάνειας είναι πιθανό να παραμείνουν ανεκπλήρωτες υποσχέσεις χωρίς την ανάπτυξη μιας νέας προσέγγισης για τα δικαιώματα των δημιουργών, βασισμένη σε δεδομένα. Αυτή η προσέγγιση μπορεί να υλοποιηθεί μόνο αν εξασφαλιστεί η διαθεσιμότητα μεγάλων όγκων δεδομένων που θα επιτρέπουν στους δημιουργούς μουσικής, τους εκπροσώπους τους και τους διαδικτυακούς εκμεταλλευτές της να διαπραγματεύονται και να συνάπτουν συμφωνίες αδειοδότησης με ομαλό, λεπτομερή, μηχανικά αναγνώσιμο, διαφανή και, επομένως, δίκαιο τρόπο¹⁶⁹.

Είναι απαραίτητο να υπάρχει μια καλά λειτουργούσα υποδομή δεδομένων πνευματικών δικαιωμάτων που να προσφέρει ολοκληρωμένες, ενημερωμένες πληροφορίες για την ιδιοκτησία και το ρεπερτόριο σε όλα τα κράτη μέλη της ΕΕ. Ως ένα νομοθετικό εργαλείο που δεσμεύει τους κατόχους πνευματικών δικαιωμάτων και δημιουργεί συναφείς ροές δεδομένων σε όλη την επικράτεια της ΕΕ, το Άρθρο 17 παρ. 4 στοιχείο β' της Οδηγίας 2019/790 μπορεί να παίξει σημαντικό ρόλο σε αυτό το πλαίσιο. Επιβάλλοντας την υποχρέωση στους δικαιούχους να παρέχουν «σχετικές και αναγκαίες πληροφορίες» ως προς τα έργα και άλλα προστατευόμενα αντικείμενα, δημιουργεί έναν σημαντικό νομικό μηχανισμό για τη συλλογή πληροφοριών σχετικά με την ιδιοκτησία και το ρεπερτόριο¹⁷⁰. Όταν οι ειδοποιήσεις των έργων από όλες τις γωνίες της Ένωσης συνενώνονται και εναρμονίζονται, η προκύπτουσα συνολική βάση δεδομένων καθιστά τα έργα και τους κατόχους πνευματικών δικαιωμάτων ορατούς.

Ταυτόχρονα, είναι αξιοσημείωτο ότι η εφαρμογή-ενσωμάτωση του άρθρου 17 στις εθνικές έννομες τάξεις των κρατών μελών της ΕΕ αποδείχθηκε δυσχερής. Όπως προκύπτει από σχετική μελέτη¹⁷¹, κανένα από τα 25 εξεταζόμενα κράτη μέλη δεν εφάρμοσε το εν λόγω άρθρο χωρίς παρατυπίες, ενώ όπως ήδη έχει κληθεί να εξετάσει το Δικαστήριο της Ευρωπαϊκής Ένωσης¹⁷² οι αποκλίσεις στην διατύπωση των διατάξεων ελλοχεύουν τον κίνδυνο της ανισορροπίας των θεμελιωδών δικαιωμάτων, όπως αυτή θεωρήθηκε δίκαιη από τον Ευρωπαϊκό νομοθέτη.

Σχεδόν όλα τα κράτη μέλη έχουν προβεί σε κάποιο επίπεδο επεξεργασίας με διάφορους τρόπους. Τόσο οι προσθήκες όσο και οι παραλείψεις στις οποίες κατέφυγαν ορισμένα κράτη μέλη ενδέχεται να οδηγήσουν σε διεύρυνση ή συστολή του πεδίου εφαρμογής των νέων κανόνων. Ακόμα και όταν πρόκειται απλώς για προσαρμογή των όρων της Οδηγίας στο τοπικό νομικό καθεστώς και την λογική του -κάτι που είναι αναμενόμενο-, το αποτέλεσμα είναι επιζήμιο για την εσωτερική συνοχή τόσο του εθνικού όσο και του δικαίου της ΕΕ (μια

¹⁶⁹ G. Mazziotti, *A Data-Driven Approach to Copyright in the Age of Online Platforms*, Daniel J. Gervais (ed), *The Future of Intellectual Property* (Edward Elgar Publishing 2021)

¹⁷⁰ M. Senftleben, T. Margoni, D. Antal, κ.ά., *Ensuring the Visibility and Accessibility of European Creative Content on the World Market, The Need for Copyright Data Improvement in the Light of New Technologies and the Opportunity Arising from Article 17 of the CDSM Directive*, 2022, JIPITEC, σελ. 67 para 1

¹⁷¹ Angelopoulos C., *Articles 15 & 17 of the Directive on Copyright in the Digital Single Market -Comparative National Implementation Report*, 2023, University of Cambridge Faculty of Law Research Paper No. 29/2024

¹⁷² Βλ. Υπόθεση CJEU, C-401/19, *Poland v Parliament and Council*, 26 April 2022

«διπλή θραύση» του δικαίου, όπως έχει χαρακτηριστεί¹⁷³). Παρόλο που η κυριολεκτική και η επεξεργασμένη ενσωμάτωση των διατάξεων της Οδηγίας αποτελούν αποδεκτές τεχνικές μεταφορές, εισάγουν αποκλίσεις που υπονομεύουν τον προφανή στόχο της Οδηγίας: τη δημιουργία μιας Ψηφιακής Ενιαίας Αγοράς και την προσέγγιση της «πλήρους εναρμόνισης».

Ωστόσο το βάρος δεν πέφτει μόνο στα εθνικά νομοθετικά σώματα, αλλά και στον ίδιο τον Ευρωπαϊκό νομοθέτη. Μια άριστη εθνική μεταφορά μιας ασαφούς νέας νομοθεσίας της ΕΕ θα οδηγήσει σε κακή εθνική νομοθεσία¹⁷⁴, και επομένως, για να καλυφθεί η ανάγκη της αποσαφήνισης των όρων αυτών, ο εθνικός δικαστής θα αναγκαστεί να καταφύγει στο Δικαστήριο της Ευρωπαϊκής Ένωσης. Ένα νομοθετικό κείμενο που δεν τηρεί την αρχή του *'leges ab omnibus intelligi debent'* (οι νόμοι πρέπει να είναι κατανοητοί από όλους), είναι καταδικασμένο, αργά ή γρήγορα, να γίνει πηγή σχεδόν ατελείωτων παραπομπών για προδικαστικές αποφάσεις¹⁷⁵.

Αξίζει λοιπόν να ερευνηθεί μήπως η γεφύρωση του χάσματος αξίας δεν απαιτεί μόνο μεταρρυθμίσεις στο δίκαιο της πνευματικής ιδιοκτησίας. Μια εναλλακτική προσέγγιση για την αντιμετώπιση του προβλήματος θα μπορούσε να περιλαμβάνει μοντέλα πληρωμών, όπου τα έσοδα κατανέμονται με βάση τις ατομικές προτιμήσεις των ακροατών-χρηστών, εξασφαλίζοντας δικαιότερη κατανομή για τους δημιουργούς που έχουν μικρότερη αλλά αφοσιωμένη βάση ακροατών. Επιπλέον, παρεμβάσεις μέσω του δικαίου του ανταγωνισμού, που ρυθμίζουν την κυριαρχία των μεγάλων πλατφορμών, θα μπορούσαν να οδηγήσουν σε πιο δίκαιες αμοιβές για τους δημιουργούς, ενώ αποτελεσματική θα μπορούσε να αποδειχθεί και η φορολόγηση των πλατφορμών ή η επιβολή τελών στις ψηφιακές υπηρεσίες, συμβάλλοντας στη χρηματοδότηση πολιτιστικών δραστηριοτήτων και στη στήριξη των δημιουργών¹⁷⁶.

Συμπερασματικά, είναι αδιαμφισβήτητο ότι η Οδηγία 2019/790 αποτελεί σημείο σταθμό στην ευρωπαϊκή ιστορία των πνευματικών δικαιωμάτων και των δικαιωμάτων των καλλιτεχνών, της οποίας τα πραγματικά αποτελέσματα όμως μένει να αξιολογηθούν ακόμη περισσότερο στην πράξη, με μη δογματικό και τεκμηριωμένο τρόπο, ιδανικά με την συνεργασία όλων των εμπλεκόμενων μερών της αλυσίδας. Ταυτόχρονα, είναι απαραίτητη η υιοθέτηση μιας ολιστικής προσέγγισης που θα λαμβάνει υπόψη τη σύγχρονη ψηφιακή οικονομία και τις νέες μορφές εκμετάλλευσης των δημιουργιών, διασφαλίζοντας ότι η μουσική δεν αντιμετωπίζεται απλώς ως καταναλωτικό αγαθό, αλλά ως δημιουργικό έργο με διαρκή αξία.

¹⁷³ Koziol H., *Comparative Conclusions*, in H Koziol, *Basic Questions of Tort Law from a Comparative Perspective* (Jan Sramek Verlag 2015) p. 690.

¹⁷⁴ M van Eechoud et al, *Harmonizing European Copyright Law: The Challenges of Better Lawmaking* (Wolters Kluwer 2009), p. 299

¹⁷⁵ Barratta R., *Complexity of EU law in the domestic implementing process*, 2014, *The Theory and Practice of Legislation* 293

¹⁷⁶ Dusollier S., *It is time to talk about fair remuneration of authors and performers in the streaming economy*, EPIP 2024 - Pisa

Βιβλιογραφία

Ξενόγλωσση

Βιβλιογραφία – Διπλωματικές Εργασίες

Burroughs BE, *Streaming media: audience and industry shifts in a networked society*. PhD Thesis, 2015, The University of Iowa, Iowa City, IA.

Dumbreck A., and G. McPherson, *Music entrepreneurship*, 2016, London: Bloomsbury Publishing

Frith S. and Marshall L., *Music and Copyright*, Second edition, Routledge New York

Guilbault L., S. van Gompel (2nd ed, 2010), *Collective management in the European Union*, in Gervais D. (ed.) *Collective Management of Copyright and Related Rights*, Alphen aan den Rijn: Kluwer Law

Hull G., Hutchinson T. and Strasser R., *The Music Business and Recording Industry- Delivering Music in the 21st Century*, 2011

Leichter K., Master Thesis: *Artist & Repertoire 2.0: A Study on the Influence of Digitisation on the Role of A&R*, 2016, Copenhagen Business School

Rutter P., *The Music Industry Handbook*, 2016, Routledge

Schwemer SF, *The licensing of online music streaming services in Europe*, από το βιβλίο *Handbook on the Economics of Copyright*

Αρθρογραφία

Alderman E., *Reading the Tea Leaves: ISP Obligations After the Second Circuit's Viacom v. YouTube Decision*, 2012, THE CONTENT LAWYER

Angelopoulos C., *Articles 15 & 17 of the Directive on Copyright in the Digital Single Market -Comparative National Implementation Report*, 2023, University of Cambridge Faculty of Law Research Paper No. 29/2024

Antal D., Fletcher A., Ormosi P. L., *Music streaming: is it a level playing field?*, 2021, Competition Policy International

Barratta R, *Complexity of EU law in the domestic implementing process*, 2014, The Theory and Practice of Legislation 293

Bridy A., *Copyright Reform in the EU: Grappling with the Google Effect*, 2019, European Private Law

Bridy A., *The Price of Closing the 'Value Gap': How the Music Industry Hacked EU Copyright Reform*, Vanderbilt Journal of Entertainment & Technology Law, 2020

Burgess J. and Green J., *YouTube: Online Video and Participatory Culture*, 2018, Cambridge: Polity Press.

Bustinza O.F., Vendrell-Herrero F., Parry G.C., Myrthianos V., *Music business models and piracy*, 2013 Industrial Management and Data Systems, 113(1) 4-22

Doctorow C., *Four million Europeans' signatures opposing Article 13 have been delivered to the European Parliament*, 2018.

Dusollier S., *The 2019 Directive on Copyright in the Digital Single Market: Some progress, a few bad choices, and an overall failed ambition*, 2020, 57 Common Market Law Review, p. 979

European Copyright Society, *General Opinion on the EU Copyright Reform Package*, 2017

M van Eechoud et al, *Harmonizing European Copyright Law: The Challenges of Better Lawmaking* (Wolters Kluwer 2009), p. 299

Frosio G., *To Filter or Not to Filter? That Is the Question in EU Copyright Reform*, 2017, 36(2) *Cardozo Arts & Entertainment Law Journal*, 2018, καθώς και T. Spoerri, *On Upload-Filters and other Competitive Advantages for Big Tech Companies under Article 17 of the Directive on Copyright in the Digital Single Market*, 10 (2019) *JIPITEC* 173 para 1

Gasser U., *Itunes: How Copyright, Contract, and Technology Shape the Business of Digital Media - a Case Study*, 2004

Global Repertoire Database Working Group (2010), *Recommendations for: the way forward for the development of a global repertoire database*, Document number GRD077

Hesmondhalgh D., *Is music streaming bad for musicians? problems of evidence and argument*, 2020, *New Media and Society*

Hollander A., *Market structure and performance in intellectual property: The case of copyright collectives*, 1984, *International Journal of Industrial Organization*, Elsevier

Hull G., T. Hutchinson and R. Strasser, *The Music Business and Recording Industry- Delivering Music in the 21st Century*

Husovec M. & Quintais P., *How to License Article 17? Exploring the Implementation Options for the New EU Rules on Content-Sharing Platforms*, GRUR International, 2021

Isherwood P., *Legal & Business Issues in the Music Industry -1998 Review & Analysis* (London: Thorogood Publishing, 1998)

Jakobsson P. and Stiernstedt F., *Pirates of Silicon Valley: state of exception and dispossession in Web 2.0*. First Monday 15(7), 2010

KEA European Affairs, *Licensing music works and transaction costs in Europe*, 2012, Vrije Universiteit Brussel.

Koutsoukos E., *Stratigraphy: Evolution of a Concept*, 2005, *Applied Stratigraphy*, Volume 23: Topics in Geobiology

Koziol H., *Comparative Conclusions*, in H Koziol, *Basic Questions of Tort Law from a Comparative Perspective* (Jan Sramek Verlag 2015)

Langley P. & Leyshon A., *The platform political economy of FinTech: Reintermediation, consolidation and capitalization*, 2021, *New Political Economy*, 26(3)

Langley P., & Leyshon A. *The platform political economy of FinTech: Reintermediation, consolidation and capitalization*, 2021, *New Political Economy*, 26(3),

Leistner M., *European Copyright Licensing and Infringement Liability Under Art. 17 DSM-Directive Compared to Secondary Liability of Content Platforms in the U.S. – Can We Make the New European System a Global Opportunity Instead of a Local Challenge*, 2020, *Zeitschrift für Geistiges Eigentum/Intellectual Property Journal (ZGE/IPJ)*, Issue 2

Lewinski S., *Certain Problems Related to the Making available of literary and artistic works and other protected subject matter through digital networks*, UNESCO, Intergovernmental Copyright Committee, 13th Session of Universal Convention, Paris 22-24 June 2005

- Leyshon A., *Reformatted: code, networks, and the transformation of the music industry*, 2014, Oxford University Press
- Liider T., *The Next Ten Years in E.U. Copyright: Making Markets Work*, 18 FORDHAM INTELL. PROP. MEDIA & ENT. L.J. 1, 2007
- Lindsay D., *The law and economics of copyright, contract and mass market licences*, 2002, Strawberry Hills: Centre for Copyright Studies Ltd
- Lobato R., *Evolving Practices of Informal Distribution in Internet Television (Draft Paper)*, 2017, Melbourne, VIC, Australia: RMIT University
- Max Planck Institute for Innovation and Competition, 2017, *Position Statement on the Proposed Modernization of European Copyright Rules: Art. 13*
- Mazierska E., Gillon L., Rigg T., *Popular Music in the Post-Digital Age: Politics, Economy, Culture and Technology*, Bloomsbury Publishing USA
- Mazziotti G. and Ranaivoson H., *Can Online Music Platforms Be Fair? An Interdisciplinary Research Manifesto*, 2023, European University Institute
- Mazziotti G., *A Data-Driven Approach to Copyright in the Age of Online Platforms*, Daniel J. Gervais (ed), *The Future of Intellectual Property*, Edward Elgar Publishing 2021
- Mazziotti G., *New Licensing Models for Online Music Services in the European Union: From Collective to Customized Management*, 2011, Columbia Public Law Research Paper No. 11-269
- McCourt T. and Burkart P., "When creators, corporations and consumers collide: Napster and the development of on-line music distribution", 2003, *Media Culture & Society*
- Morris JW, *Selling Digital Music: Formatting Culture*, 2015, Oakland, CA: University of California Press
- Negus K., *From creator to data: the post-record music industry and the digital conglomerates*. 2019, *Media, Culture and Society*, 41(3)
- Patrik W., *A typology of music distribution models*, 2012, *International Journal of Music Business Research*
- Pettine K., *Streaming & Screaming: Intellectual Property Rights' Survival in a 21st Century Music Industry*, 2021, San Diego Legal Studies Paper No. 21-005
- Pollaud-Dulian, *Téléversement et responsabilité des prestataires de services de l'Internet : encore et toujours l'article 17 de la directive n° 2019/790*, RTD com. 2021
- Quintais J.P., Schwemer S.F., *The Interplay between the Digital Services Act and Sector Regulation: How Special Is Copyright?*, *European Journal of Risk Regulation*, 2022, 1–31
- Rosati E., *Five Considerations for the Transposition and Application of Article 17 of the DSM Directive*, 202, 16(3) *Journal of Intellectual Property Law & Practice*
- Rosati E., *The Digital Services Act and copyright enforcement: The case of Article 17 of the DSM Directive in Maja Cappello* (ed), *Unravelling the Digital Services Act package* (European Audiovisual Observatory 2021)
- Rosati E., *The DSM Directive 3 years on: have we found our digital single market yet?*, (2022) 17 *Journal of Intellectual Property Law & Practice*
- Sag M., *Internet Safe Harbors and the Transformation of Copyright Law*, 93, NOTRE DAME L. REV. 499, 518, 2017

Senftleben M., Margoni T., Antal D., κ.ά., *Ensuring the Visibility and Accessibility of European Creative Content on the World Market, The Need for Copyright Data Improvement in the Light of New Technologies and the Opportunity Arising from Article 17 of the CDSM Directive*, 2022, JIPITEC

Sirinelli P., *Le nouveau régime applicable aux fournisseurs de services de partage de contenus en ligne*, Dalloz IP/IT, 2019

Spilker HS and Colbjørnsen T., *The dimensions of streaming: toward a typology of an evolving concept*, 2020, *Media Culture & Society* 42(7-8),

Spilker HS and Hoier S., *Technologies of piracy? exploring the interplay between commercialism and idealism in the development of MP3 and DivX*, 2013, *International Journal of Communication* 7

Spilker HS, *Digital Music Distribution: The Sociology of Online Music Streams*. London: Routledge, 2018

Stalla-Bourdillon S. et al (40 academics), *Open Letter to the European Commission – On the Importance of Preserving the Consistency and Integrity of the EU Acquis Relating to Content Monitoring within The Information Society*, 2016

Taylor T., Katz M. and Grajeda T., *Music, Sound, and Technology in America. A documentary History of Early Phonograph, Cinema, and Radio*, Duke University Press Durham and London, 2012

Watson A. & Leyshon A., *Negotiating platformisation: MusicTech, intellectual property rights and third wave platform reintermediation in the music industry*, 2022, *Journal of Cultural Economy*

Watson A., Leyshon A. & Windsor G., *Tech start-up capitalisation in an oligopolistic copyright industry: the case of the contemporary music industry*, 2023, *Cultural Trends*

Δικτυογραφία

Castle C., Feijoo C., *Study on the artists in the digital music marketplace: Economic and legal considerations*, 2021, https://www.wipo.int/edocs/mdocs/copyright/en/sccr_41/sccr_41_3.pdf

Demilt F., *Everything you need to know about digital music distribution*, 2022, <https://www.musicconnection.com/everything-you-need-to-know-about-digital-music-distribution/>

Digital and physical revenue market share of the largest record companies worldwide from 2012 to 2022, <https://www.statista.com/statistics/422926/record-companies-market-share-worldwide-physical-digital-revenues/>

Edwards B., *The iPod: How Apple's legendary portable music player came to be*, 2011, <https://www.macworld.com/article/214911/the-birth-of-the-ipod.html>

Gervais D., *Collective Management of Copyright and Related Rights*, 2010, Kluwer Law International <https://www.wipo.int/edocs/pubdocs/en/wipo-pub-855-22-en-collective-management-of-copyright-and-related-rights.pdf>

Gillis A.S., *What is a VPN?*, 2021, <https://www.techtarget.com/searchnetworking/definition/virtual-private-network>

Google, Inc., *How Google Fights Piracy*, GOOGLE 24–25 (Nov. 2018) <https://kstatic.googleusercontent.com/files/2bc15c350e6d8ba6363594195712a3c2528e56502c41c8a8a431746afce40adb9956ff837f9e54887c0277b413bceb8d79adc02dda97c24969b55a30c70d836>

Guy D., *Copyright and Peer-To-Peer Music File Sharing: The Napster Case and the Argument Against Legislative Reform*, 2004, Murdoch University Electronic Journal of Law, 11(1), https://www8.austlii.edu.au/cgi-bin/viewdoc/au/journals/MurdochUeJlLaw/2004/7.html#How%20did%20Napster%20work?_T

History of the Cylinder Phonograph, Collection: Inventing Entertainment: The Early Motion Pictures and Sound Recordings of the Edison Companies, Library of Congress, <https://www.loc.gov/collections/edison-company-motion-pictures-and-sound-recordings/articles-and-essays/history-of-edison-sound-recordings/history-of-the-cylinder-phonograph/>

ICTLC, *The intersection between the new Digital Services Act and Copyright Directive No. 790/2019 with regard to the liability of hosting providers*, <https://www.ictlc.com/the-intersection-between-the-new-digital-service-act-and-copyright-directive-no-790-2019-with-regard-to-the-liability-of-hosting-providers/?lang=en>

IFPI DIGITAL MUSIC REPORT 2015 22–23 (2015) <https://www.ifpi.org/downloads/Digital-Music-Report-2015.pdf>

IFPI Global Music Report 2018 <https://www.fimi.it/kdocs/1922703/gmr-2018-ilovepdf-compressed.pdf>

IFPI Global Music Report 2023 <https://globalmusicreport.ifpi.org/>

IFPI Global Music Report: Global Recorded Music Revenues Grew 10.2% In 2023

<https://www.ifpi.org/ifpi-global-music-report-global-recorded-music-revenues-grew-10-2-in-2023/>

IFPI, *Engaging with Music Report, 2023* https://www.ifpi.org/wp-content/uploads/2023/12/IFPI-Engaging-With-Music-2023_full-report.pdf

Keller P., *Article 17 – five years later*, 2024 <https://copyrightblog.kluweriplaw.com/2024/06/07/article-17-five-years-later/>

Rechardt L., *Streaming and Copyright: A Recording Industry Perspective*, 2015, https://www.wipo.int/wipo_magazine/en/2015/02/article_0001.html

Reda F., *Article 17: What is it really good for? Rewriting the history of the DSM Directive – Part 1*, 2020, <https://copyrightblog.kluweriplaw.com/2020/09/28/article-17-what-is-it-really-good-for-rewriting-the-history-of-the-dsm-directive-part-1/>

Revenue market share of the largest music publishers worldwide from 2007 to 2022, <https://www.statista.com/statistics/272520/market-share-of-the-largest-music-publishers-worldwide/>

Share of Gen Z and millennials using selected music streaming services in Europe as of July 2023, <https://www.statista.com/statistics/1456089/music-streaming-platform-use-europe/>

Spindler G., *The Liability system of Art. 17 DSMD and national implementation – contravening prohibition of general monitoring duties?*, <https://www.jipitec.eu/archive/issues/jipitec-10-3-2019/5041>

Sundara Rajan M., *Is Generative AI Fair Use of Copyright Works? NYT v. OpenAI*, 2024, <https://copyrightblog.kluweriplaw.com/2024/02/29/is-generative-ai-fair-use-of-copyright-works-nyt-v-openai/>

Wheeler S., Ojanperä J., Chernov P., *Upload Filter: Music Industry Crying Wolf?*, 2022 <https://www.maastrichtuniversity.nl/blog/2022/04/upload-filter-music-industry-crying-wolf>

YouTube Creators Channel, *YouTube Content ID*, <https://www.youtube.com/watch?v=9g2U12SsRns&t=7s>

Νομοθεσία

Berne Convention for the Protection of Literary and Artistic Works Act of July 24, 1971 as amended on September 28, 1979

Digital Millennium Copyright Act of 1998, USA

Directive (EU) 2019/790 of the European Parliament and of the Council of 17 April 2019 on copyright and related rights in the Digital Single Market and amending Directives 96/9/EC and 2001/29/EC [CDSM]

Directive 2000/31/EC of The European Parliament And Of The Council of 8 June 2000 on certain legal aspects of information society services, in particular electronic commerce, in the Internal Market (Directive on electronic commerce / Οδηγία για το Ηλεκτρονικό Εμπόριο)

Directive 2001/29/EC of the European Parliament and of the Council of 22 May 2001 on the harmonisation of certain aspects of copyright and related rights in the information society (InfoSoc Directive)

International Convention For The Protection Of Performers, Producers Of Phonograms And Broadcasting Organisations (Rome Convention), October 26, 1961

Regulation (EU) 2022/2065 of the European Parliament and of the Council of 19 October 2022 on a Single Market For Digital Services and amending Directive 2000/31/EC (Digital Services Act)

WIPO Performances and Phonograms Treaty (WPPT), adopted in Geneva on December 20, 1996)

Δικαστικές Αποφάσεις – Κατευθυντήριες Γραμμές

A&M Records, Inc. v. Napster, Inc., 239 F.3d 1004 (9th. Cir., 2001)

Viacom Int'l, Inc. v. YouTube, 676 F.3d 19, 35 (2d Cir. 2012).

Απόφαση της 22ας Ιουνίου 2021, C-682/18 και C-683/18, Frank Peterson και Elsevier Inc. κατά Google LLC και άλλων

Απόφαση της 14ης Ιουνίου 2017, “Pirate Bay” Case C-610/15 (Stichting Brein κατά Ziggo BV και XS4ALL Internet BV)

Σύσταση (EE) 2018/334 για την αποτελεσματική αντιμετώπιση του παράνομου περιεχομένου στο διαδίκτυο, σκ. 6

Κατευθυντήριες γραμμές σχετικά με το άρθρο 17 της οδηγίας 2019/790 για τα δικαιώματα πνευματικής ιδιοκτησίας στην ψηφιακή ενιαία αγορά (COM(2021) 288 final

Απόφαση της 23ης Μαρτίου 2010, Google France και Google, C-236/08 έως C-238/08

Απόφαση της 12ης Ιουλίου 2011, C-324/09 (L'Oréal)

Έρευνες – Εκθέσεις

Competition & Markets Authority, *Music and Streaming Market Study: Statement of Scope*, 2022

Dusollier S., *It is time to talk about fair remuneration of authors and performers in the streaming economy*, EPIP 2024 - Pisa

European Commission Staff Working Document Impact Assessment Accompanying the document Proposal for a Directive of the European Parliament and of the Council on collective management of

copyright and related rights and multi-territorial licensing of rights in musical works for online uses in the internal market

European Commission, *Creative content in a European digital single market: challenges for the future: a reflection document of DG INFSO and DG MARKT*, 2009

European Commission, *Impact Assessment 2012*, p. 197

European Commission, *Staff Working Document 2005*

European Parliament, *Resolution of 17 January 2024 on cultural diversity and the conditions for authors in the European music streaming market (2023/2054(INI))*

House of Commons Digital, Culture, Media and Sport Committee, *Economics of music streaming*, 2021

Music and streaming market study - Statement of scope, Competition & Markets Authority, 2022

S. Schroff, *Europeana Sounds and Copyrights: The Need for and Challenges in Licensing Archival Materials*, 2015

Ελληνική

Βιβλιογραφία

Καλλινίκου Δ., *Πνευματική Ιδιοκτησία και Συγγενικά Δικαιώματα*, 2006, Δίκαιο & Οικονομία

Συνοδινού Τατιάνα, *Πνευματική Ιδιοκτησία και Νέες Τεχνολογίες. Η σχέση χρήστη-δημιουργού*, 2008

Τσίγκου Χ. και Σαραφιανός Δ., *Άρθρο 66ΣΤ [Ν. 2121/1993]. Ορισμός παρόχου επιγραμμικών υπηρεσιών ανταλλαγής περιεχομένου και χρήση έργων ή άλλων αντικειμένων προστασίας από παρόχους επιγραμμικών υπηρεσιών διαμοιρασμού περιεχομένου*, σε: Κ. Χριστοδούλου/Π. Τσίρης/Δ. Παπαδοπούλου, *Δίκαιο Πνευματικής Ιδιοκτησίας*, 2024

Χριστοδούλου Κ., *Ευθύνη πλατφορμών μετά την Οδηγία 2019/ 790 για τα πνευματικά δικαιώματα στην ενιαία ψηφιακή αγορά*, σε: Συλλογικό Έργο, *Τιμητικός Τόμος για την Καθηγήτρια Γιάννα Καρύμπαλη-Τσίπτσιου*, τόμ. 2, 2022

Χριστοδούλου Κ., *Δίκαιο Πνευματικής Ιδιοκτησίας*, 2023, Νομική Βιβλιοθήκη

Αρθρογραφία

Jougleux P., *Ευρωπαϊκό Δίκαιο Διανοητικής Ιδιοκτησίας*, 2020, Εκδόσεις Σάκκουλα

Βόσσοσ Κ., *Παρατηρήσεις στη ΔΕΕ υπόθ. C-401/19, απόφ. της 26.4.2022 - Η ευθύνη των παρόχων επιγραμμικών υπηρεσιών ανταλλαγής προστατευόμενου περιεχομένου στην Οδηγία 2019/790*, ΔΙΤΕ, 2022

Γαζής Α., *Η προστασία των συγγενικών δικαιωμάτων στο δίκαιο της πνευματικής ιδιοκτησίας*, ΕΛΛΔικ 25/1984

Κοριατοπούλου-Αγγέλη Π., *Οι εξαιρέσεις της παράθεσης και της παρωδίας στον ψηφιακό χώρο (το ειδικό καθεστώς της Οδηγίας 2019/790ΕΚ για τα δικαιώματα πνευματικής ιδιοκτησίας και τα συγγενικά δικαιώματα στην ψηφιακή ενιαία αγορά)*, ΧρΙΔ, 2023

Παναγιωτίδου Ε., Υπόθεση *Napster* και προστασία των δικαιωμάτων των δημιουργών και των συγγενικών δικαιωμάτων στην κοινωνία της πληροφορίας, υπό το πρίσμα της Οδηγίας 2001/29/ΕΚ, 2002, ΤΝΠ QUALEX ΔΕΕ, 5/2002

Παραμυθιώτης Γ., Πρόσφατες εξελίξεις στο δίκαιο πνευματικής ιδιοκτησίας, 2020, 20 ΙΜΕ ΓΣΕΒΕΕ, 14