

# პოლიტიკის ნარკვევი

---

შემოქმედებითი ინდუსტრია -  
მეკობრეობასთან ბრძოლა

2020



**USAID**  
ამერიკელი ხალხისგან

THE USAID ECONOMIC  
SECURITY PROGRAM

## პოლიტიკის ნარკვევი

---

შემოქმედებითი ინდუსტრია -  
მეკობრეობასთან ბრძოლა

### DISCLAIMER

ტექსტი: პუბლიკაციაში/ვიდეო მასალაში გამოთქმული შეხედულებები შესაძლოა არ გამოხატავდეს ამერიკის შეერთებული შტატების საერთაშორისო განვითარების სააგენტოს (USAID) ან შეერთებული შტატების მთავრობის პოზიციას.

## შინაარსი

1.	შესავალი	1
2.	გლობალური მიმოხილვა	2
3.	ინდუსტრიის გამოწვევების მიმოხილვა საქართველოში	4
4.	პოლიტიკის პრობლემის კონტექსტი და სამოქმედო ლოგიკა	10
4.1	მეკობრეობის სავარაუდო გავლენა კანონიერ მოხმარებაზე	11
4.2	მეკობრეობის საწინააღმდეგო სტრატეგიების ეფექტურობა	12
4.3	მეკობრეობის ირიბი ზემოქმედება	15
5.	საქართველოს მაგალითი	17
	ბიბლიოგრაფია	24

## ცხრილები

ცხრილი 1:	პრიორიტეტულ ღირებულებათა ჯაჭვების ზრდის პოტენციალი	1
ცხრილი 2:	იდენტიფიცირებული გამოწვევების მულტიკრიტერიუმანი შეფასება	9
ცხრილი 3:	ფალსიფიკაციისა და მეკობრეობის ძირითადი გავლენების ზემოქმედების ვადები	17

## დიაგრამები

დიაგრამა 1:	iTUNES მუსიკალური გაყიდვები HADOPI-ის მიღებამდე და მიღების შემდგომ ეტაპზე	12
-------------	---	----

# I. შესავალი

ბოლო ათწლეულის განმავლობაში, საქართველოს მთავრობა და საერთაშორისო დონორები უფრო მეტ ყურადღებას უთმობენ სექტორული განვითარების პოლიტიკას, განსაკუთრებულ აქცენტს კი ყველაზე კონკურენტუნარიანი სექტორების გამოვლენასა და მხარდაჭერაზე აკეთებდნენ. 2019 წელს USAID-ის ეკონომიკური უსაფრთხოების პროგრამის მიერ (ESP) ჩატარდა ღირებულების ჯაჭვის პრიორიტეტიზაცია და პრობლემების შეფასების კვლევა, რომელის ფარგლებშიც შეფასდა საქართველოს ეკონომიკის 20 – ზე მეტი სექტორის კონკურენტუნარიანობა და სისტემური გავლენა. საბოლოოდ, გამოვლინდა ის ოთხი სექტორი, რომელთაც ყველაზე დიდი პოტენციური გააჩნიათ სამუშაო ადგილების შექმნის, ინვესტიციებისა და შემოსავლების გენერირების მხრივ. ეს სექტორებია: (1) ტურიზმი; (2) გაზიარებული ინტელექტუალური სერვისები; (3) მსუბუქი მრეწველობა; და (4) შემოქმედებითი ინდუსტრია. გარდა ამისა, კვლევამ სიღრმისეულად შეისწავლა შერჩეულ სექტორებში კონკრეტული ღირებულებათა ჯაჭვების კონკურენტუნარიანობა. შედეგები მოყვანილია ქვემოთ მოცემულ ცხრილში:

ცხრილი 1: პრიორიტეტულ ღირებულებათა ჯაჭვების ზრდის პოტენციალი

Potential for Georgia				Timeframe of Opportunities
Sectors/VCs	Employment	Revenues	Investment	
<b>Tourism</b>				
Adventure	Moderate	Significant	Moderate	Short/Medium
Gastronomic	Significant	Significant	Moderate	Short
Cultural	Moderate	Significant	Significant	Short/Medium
<b>Shared Intellectual Services</b>				
Offshore Services	Significant	Significant	Small	Short
E-Commerce	Small	Significant	Moderate	Medium/Long
<b>Light Manufacturing</b>				
Packaging	Small	Moderate	Significant	Medium/Long
Furniture	Small	Moderate	Significant	Medium/Long
<b>Creative Industries</b>				
Production	Significant	Significant	Significant	Short/Medium
Post Production	Significant	Significant	Significant	Short/Medium
Artisan	Moderate	Significant	Significant	Medium

ეს პოლიტიკის დოკუმენტი დამყარებულია ზემოთხსენებულ ღირებულებათა ჯაჭვის შეფასების შედეგებზე. უფრო კონკრეტულად კი, ის კონცენტრირებულია შემოქმედებითი ინდუსტრიის ღირებულებათა ჯაჭვზე წარმოებისა და წარმოების შემდგომ ეტაპებზე (იგულისხმება აუდიო-ვიზუალური შინაარსი) და იგი მიზნად

<sup>1</sup> წყარო: ღირებულებათა ჯაჭვის პრიორიტეტიზაცია და პრობლემების ანალიზი, ცხრილი 1. USAID-ის ეკონომიკური უსაფრთხოების პროგრამა, 2019.

ისახავს პოლიტიკის/მარეგულირებელი ხასიათის ყველაზე მნიშვნელოვან გამოწვევებზე კერძო და საჯარო სექტორებს შორის დიალოგის გამართვას.

## 2. გლობალური მიმოხილვა

მთავრობები, შემოქმედებითი ინდუსტრიების სექტორს, სულ უფრო განიხილავენ, როგორც არა მხოლოდ კულტურულად მნიშვნელოვანს, არამედ როგორც ეკონომიკურ განვითარებაში ერთ-ერთი მთავარი წვლილის შემტანს. ბოლო წლების განმავლობაში ამ სექტორში, განსაკუთრებით კი კინოინდუსტრიაში, აშკარაა გლობალური ზრდა. მომხმარებელთა გაზრდილმა მოთხოვნამ და საერთაშორისო სტუდიების მხრიდან მნიშვნელოვანმა ინვესტიციებმა აუდიო-ვიზუალური შინაარსის მიმართ, მისი წარმოება უპრეცედენტო დონეზე აიყვანა. მაგალითად, ევროპის აუდიოვიზუალური ობსერვატორიის მიერ შეგროვებული მონაცემების თანახმად, 2014 წლიდან 2018 წლამდე, ძირითადად ჩინეთსა და სამხრეთ კორეაში, ისევე როგორც აშშ-ში, სრულმეტრაჟიანი ფილმების გამოშვების სწრაფი ზრდის გამო, გლობალური მასშტაბით წარმოებული სრულმეტრაჟიანი ფილმების სავარაუდო რაოდენობა 10% -ით გაიზარდა (Olsberg • SPI, 2019a). მონაცემებიდან ჩანს, ევროკავშირის (EU) დონეზე, ევროკავშირის აუდიოვიზუალური ინდუსტრიის ღირებულება წელიწადში 97 მილიარდ ევროს შეადგენს, დასაქმებულია 1 მილიონზე მეტი ადამიანი და ყოველწლიურად ეს მონაცემი 2%-ით იზრდება. კულტურული და შემოქმედებითი ინდუსტრიები ერთობლივად ასაქმებენ ევროკავშირის სამუშაო ძალის 7.5%-ს და ქმნიან ევროკავშირის მთლიანი დამატებული ღირებულების დაახლოებით 5.3% -ს (Olsberg • SPI, 2019b). მოსალოდნელია, რომ კინოინდუსტრიაში ეს ზრდა გაგრძელდება საშუალოვადიანი პერიოდის განმავლობაში, რაშიც მნიშვნელოვან წვლილს არაინგლისურენოვანი ბაზრები შეიტანს, ეს კი ახალ საწარმოო მიმართულებებს გლობალურ დონეზე უფრო მეტ შესაძლებლობებს შეუქმნის (Olsberg • SPI, 2019a).

აუდიო-ვიზუალური სერვისები მნიშვნელოვნად უწყობს ხელს შემოქმედებითი ინდუსტრიის სექტორის სხვა სფეროებსაც, როგორცაა მარკეტინგი, რეკლამა, საგამომცემლო საქმიანობა, საშემსრულებლო ხელოვნება და ციფრული მედია. მაგალითად, SPI-ის კვლევამ აჩვენა, რომ სტანდარტული ეკონომიკური ზემოქმედების გარდა, კინოინდუსტრია ხელს უწყობს სხვა შემოქმედებითი ინდუსტრიების განვითარებასაც, რასაც კვლევა "შემოქმედებითი ინდუსტრიის ტალღის ეფექტს" უწოდებს. ამ ანალიზის მიხედვით ფილმის გადაღების ხარჯების 38% და სატელევიზიო დრამატურგიის 47% დადებითად აისახა სხვა შემოქმედებით ინდუსტრიაზე<sup>2</sup>.

---

<sup>2</sup> [HTTPS://WWW.O-SPI.CO.UK/WP-CONTENT/UPLOADS/2017/07/SPI-CREATIVE-INDUSTRIES-REPORT-2017-07-31.PDF](https://www.o-spi.co.uk/wp-content/uploads/2017/07/SPI-Creative-Industries-Report-2017-07-31.pdf)

კინონდუსტრია სულ უფრო და უფრო გლობალური ხდება, რადგან ის ძალზედ მობილურია და შეუძლია წარმოების (production) გადატანა იმ ქვეყნებში სადაც უფრო მიმზიდველ გარემოსა და წახალისების ინსტრუმენტებს შესთავაზებენ. მიუხედავად იმისა, რომ აუდიო-ვიზუალური შინაარსის წარმოების მასშტაბი და გლობალური ხასიათი მთავრობებს საერთაშორისო წარმოების მოზიდვის შესაძლებლობას აძლევს, ისინი უფრო მეტად აცნობიერებენ როგორც საერთაშორისო პროექტების მასპინძლობის პოტენციურ სარგებელს, ასევე საკუთარი ადგილობრივი შემოქმედებითი ინდუსტრიის სექტორის წახალისების მნიშვნელობას. შედეგად, მთავრობებმა უნდა უზრუნველყონ, რომ ამ დარგში მათ მიერ გატარებული სათანადო პოლიტიკა და რეგულაციები ქვეყნის კონკურენტუნარიანობას შეუწყობს ხელს.

მულტიპლიკატორის ეფექტის გათვალისწინებით, შემოქმედებითი ინდუსტრიის დარგის მთლიანი წვლილი ეკონომიკაში კიდევ უფრო დიდი მოცულობითაა, ვიდრე ის თავდაპირველად მოიაზრებოდა, კერძოდ, ახალი დანახარჯები კინო და სატელევიზიო ინდუსტრიაში აძლიერებს სექტორის ეკონომიკურ გავლენას. კინოსა და სატელევიზიო ინდუსტრიის მიერ ამ სექტორში დამატებითი ხარჯების შედეგად მიღებული პირდაპირი ეკონომიკური სარგებლის გარდა, ასევე არსებობს ეკონომიკური ზემოქმედების ირიბი და გამოწვეული (induced) ეფექტები, რომლებიც წარმოიქმნება ამ ახალი ხარჯებით. ირიბი ეფექტი გამოწვეულია კინოსა და სატელევიზიო ინდუსტრიის მიწოდების ჯაჭვის მიერ სხვა მრეწველობის დარგებიდან შიდა შუალედური საქონლისა და მომსახურების შესყიდვის შედეგად. გამოწვეული ზემოქმედება გამომდინარეობს იქედან, რომ შინამეურნეობის წევრები, რომლებიც უშუალოდ კინო და სატელევიზიო ინდუსტრიაში ან მიწოდების ჯაჭვში არიან დასაქმებული, თავიანთ შემოსავალს საქონლისა და მომსახურების შესაძენად უფრო ფართო ეკონომიკაში ხარჯავენ, რაც, თავისთავად, ახალ ეკონომიკურ საქმიანობას უწყობს ხელს.

რესურსებისა და გამოყენების(input output table) ცხრილების მეშვეობით Oxford Economics–მა შეაფასა ის ირიბი და გამოწვეული ეფექტი, რაც ჰოლანდიის კინო და სატელევიზიო ინდუსტრიამ 2011 წელს მთლიანი შიდა პროდუქტზე (მშპ) და ადგილობრივებთან დასაქმებაზე მოახდინა. კვლევამ დაადგინა, რომ დასაქმების მულტიპლიკატორმა შეადგინა 2.03, რაც იმას ნიშნავს, რომ ჰოლანდიის უშუალოდ კინო და სატელევიზიო ინდუსტრიაში დასაქმებული ერთი ადამიანი ავითარებს ეკონომიკას დამატებით 1.03 სამუშაო ადგილის შექმნით. ამ მოვლენის ძირითადი ბენეფიციარები იყვნენ ხელოვნების, კულტურისა და ლატარიის სექტორები, სპორტი და დასვენება, და ის ფირმები, რომლებიც ჩართულნი იყვნენ კადრების მოძიება/დასაქმებაში, დროებითი დასაქმებისა და სახელფასო სერვისების უზრუნველყოფის სფეროში. ასოცირებული მთლიანი დამატებული ღირებულების მულტიპლიკატორი იყო 2.08, რაც ნიშნავს, რომ ჰოლანდიის კინო და აუდიოვიზუალური მომსახურების ინდუსტრიაზე საბოლოო მოთხოვნის ყოველი დამატებითი ევრო წარმოქმნის 2.08 ევროს ოდენობის დამატებულ ღირებულებას.

### 3. ინდუსტრიის გამოწვევების მიმოხილვა საქართველოში

პროექტის ფარგლებში ჩატარებული კვლევის დროს კერძო და საჯარო სექტორის დაინტერესებულ მხარეებთან კონსულტაციების საფუძველზე, გამოიკვეთა აუდიო-ვიზუალური შინაარსის შექმნისა და განაწილების ღირებულების ჯაჭვებში არსებული ძირითადი გამოწვევები. მოგვიანებით, ამ გადაწყვეტილებების განხორციელების პოტენციური ვადების გათვალისწინებით, ეს საკითხები დაჯგუფდა ეკონომიკური ზემოქმედების, ასევე შესაბამისი გადაწყვეტილებების სამართლებრივი, პოლიტიკური და ტექნიკური განხორციელებადობის მიხედვით.

ამ ეტაპზე ჩვენ წარმოგიდგენთ გამოვლენილი გამოწვევების მოკლე შეჯამებას, ხოლო ქვეთავის ბოლოს წარმოდგენილია გამოწვევების რეიტინგები.

#### 1. დღგ მომსახურების ექსპორტზე

საქართველოს მოქმედი საგადასახადო კოდექსის მიხედვით, დამატებული ღირებულების გადასახადი (დღგ) ვრცელდება საქართველოში უცხოური კომპანიების მიერ წარმოებულ მომსახურებებზე, ეს კი იწვევს კინონდუსტრიის პოტენციურ "ორმაგ დაბეგვრას", რაც ბიზნესს დამატებით ტვირთად აწვება და უცხოური ინვესტიციის თვალსაზრისით ქვეყნას მიმზიდველობას უკარგავს.

საქართველო ვალდებულია თავის კანონმდებლობაში შეიტანოს ევროკავშირის დირექტივა დამატებული ღირებულების გადასახადის საერთო სისტემის შესახებ<sup>3</sup> (2006/112 / EC), რომელიც ითვალისწინებს საგადასახადო კოდექსში ექსპორტირებულ მომსახურებების დღგ – სგან გათავისუფლების შესახებ შესაბამისი მუხლების შეტანას. კანონში შესატანი შესაბამისი ცვლილებები მომზადდა საქართველოს ფინანსთა მინისტრის მიერ და 2020 წლის 19 თებერვალს განსახილველად და დასამტკიცებლად პარლამენტს გადაეცა<sup>4</sup>.

#### 2. ფისკალური სტიმულები

მსოფლიოს მასშტაბით მთავრობების მიერ თავიანთ ქვეყნებში აუდიოვიზუალური შინაარსის წარმოების მოსაზიდად, სამიდან ერთ-ერთ ფისკალურ წამახალისებელი პროგრამებია შეთავაზებული: თანხის უკან დაბრუნება (cash rebate); გადასახადების გადავადება (tax credit); და "საგადასახადო თავშესაფარი" (tax shelter). თანხის უკან დაბრუნება და საგადასახადო საკრედიტო სისტემები უფრო პოპულარული გახდა ბოლო დროს, ხოლო „საგადასახადო თავშესაფრის“ წილმა კი 2019 წელს გლობალური ფილმების წარმოების წახალისების პროგრამებში მხოლოდ 2 % შეადგინა (Olsberg • SPI, 2019b).

<sup>3</sup> [HTTPS://EUR-LEX.EUROPA.EU/LEGAL-CONTENT/EN/ALL/?URI=CELEX:32006L0112](https://eur-lex.europa.eu/legal-content/en/all/?uri=CELEX:32006L0112)

<sup>4</sup> [HTTPS://INFO.PARLIAMENT.GE/#LAW-DRAFTING/19842](https://info.parliament.ge/#LAW-DRAFTING/19842)

რესპონდენტთა უმრავლესობის აზრით, არსებული ფულადი წახალისება, რომელიც „გადაიღე საქართველოში“ პროგრამის ფარგლებში არის გათვალისწინებული, საკმარისია და საქართველოს საგადასახადო სისტემასთან ერთად, ეს პირობები კონკურენტუნარიანია (20% + კვალიფიციური ხარჯების 5%) ინვესტიციების მოსაზიდად, თუნდაც იმ ქვეყნებთან შედარებით, რომლებიც კვალიფიციურ ხარჯებზე უფრო მაღალ უკუგებას სთავაზობენ. თუმცა, ინდუსტრიით დაინტერესებული მხარეები ირწმუნებიან, რომ პროგრამის დროებითი შეწყვეტა (რადგანაც პროგრამაში ცვლილებების შეტანა მიმდინარეობს) ქართულ კინოსექტორს დაბრკოლებებს შეუქმნის, ვინაიდან ეს ყველაფერი პოტენციური ინვესტორებისათვის გაურკვეველ გარემოს ქმნის. როგორც ზემოთ აღვნიშნეთ, ფილმების წარმოება ძალზე მობილური ინდუსტრიაა და მწარმოებელ კომპანიებს შეუძლიათ სწრაფად გადავიდნენ უფრო ხელსაყრელ იურისდიქციაში. შესაბამისად, კერძო სექტორის რესპონდენტების აზრით, ინვესტორების მოლოდინის სწორად მართვა წარმატების ერთ – ერთ ყველაზე კრიტიკულ ფაქტორს წარმოადგენს. საჯარო სექტორის რესპონდენტები, ძირითადად, არ იზიარებენ შემფოთებას, რომელიც დაკავშირებულია თანხის უკან დაბრუნების (cash rebate) პროგრამის გადაკეთებასთან. ისინი აცხადებენ, რომ საბოლოო დასრულების შემდეგ, ამ სისტემის ცვლილებები, უფრო ეფექტურ და მდგრად პროგრამად ჩამოყალიბდება და გარდაქმნის პროცესი ხელს არ შეუშლის პოტენციურ უცხოელ ინვესტორებს.

აქ აღსანიშნავია საქართველოში ფისკალური წახალისების პროგრამასთან დაკავშირებული კიდევ ორი საკითხი, კერძოდ, მისი იურიდიული ფორმა და დღე მომსახურების ექსპორტზე. რამდენიმე დაინტერესებული მხარე თვლის, რომ თანხის უკან დაბრუნების პროგრამა (rebate), თუკი იგი მიიღება კანონის და არა მთავრობის დადგენილების ფორმით, ხელს შეუწყობს სტაბილურობასა და სიცხადეს, რითაც საქართველოს გარემო ინვესტიციებისათვის უფრო მიმზიდველი გახდება. დაბოლოს, ხაზგასმით უნდა აღინიშნოს, რომ ზემოთ აღწერილი შესაძლო ცვლილებები საგადასახადო კოდექსში, თანხის უკან დაბრუნების პროგრამის მასშტაბებისა და დაფარვის ირგვლივ დისკუსიას კვლავ დღის წესრიგში დააბრუნებს.

### 3. შეზღუდული წვდომა ევროკავშირის მიერ დაფინანსებულ პროგრამებზე

საქართველო მხოლოდ ნაწილობრივ აკმაყოფილებს კრეატიული ევროპის MEDIA ქვეპროგრამის კრიტერიუმებს (საქართველოს 14 მოქმედი ქვეპროგრამიდან მხოლოდ ოთხზე აქვს წვდომა<sup>5</sup>). იმისთვის რომ ამ ქვეპროგრამებში საქართველომ სრულად შეძლოს მონაწილეობის მიღება, სახელმწიფოს საკანონმდებლო და მარეგულირებელი ჩარჩო უნდა შეესაბამებოდეს 2010/13 / EU დირექტივას<sup>6</sup> (აუდიოვიზუალური მედია სერვისების შესახებ).

<sup>5</sup> [HTTPS://EACEA.EC.EUROPA.EU/CREATIVE-EUROPE/ACTIONS/MEDIA\\_EN](https://EACEA.EC.EUROPA.EU/CREATIVE-EUROPE/ACTIONS/MEDIA_EN)

<sup>6</sup> [HTTPS://EUR-LEX.EUROPA.EU/LEGAL-CONTENT/EN/ALL/?URI=CELEX%3A32010L0013](https://EUR-LEX.EUROPA.EU/LEGAL-CONTENT/EN/ALL/?URI=CELEX%3A32010L0013)



კომუნიკაციების კომისიამ შეიმუშავა და 2018 წლის დეკემბერში პარლამენტის დარგობრივი ეკონომიკისა და ეკონომიკური პოლიტიკის კომიტეტში წარადგინა შესაბამისი ცვლილება კანონში „მაუწყებლობის შესახებ“, მაგრამ ის ჯერ კიდევ არ არის მიღებული. დაინტერესებული მხარეების უმეტესობამ, განსაკუთრებით თანაშემქმნელებთან ერთად ფილმების გადაღებისთვის და ფილმის დისტრიბუციის სექტორის განვითარებისთვის გაზრდილი დაფინანსების თვალსაზრისით, ფილმისა და ანიმაციის მწარმოებლებისთვის MEDIA ქვეპროგრამაში სრული მონაწილეობის სარგებელს გაუსვა ხაზი.

#### 4. მეკობრეობა

მეკობრეობა საფრთხეს უქმნის აუდიოვიზუალური შინაარსის მწარმოებლებისა და დისტრიბუტორების მოგებას, რაც უარყოფითად მოქმედებს ინვესტირების განხორციელების მზაობაზე. საქართველოში ონლაინ მეკობრეობა საგანგაშო დონეზეა. ვითარების სასწრაფო შეცვლის აუცილებლობაზე მიუთითებს EMEA რეგიონში მოღვაწე კინემატოგრაფიის ასოციაციის წერილი<sup>7</sup> (MPA EMEA), რომელიც გაეგზავნა საქართველოს ინტელექტუალური საკუთრების ეროვნულ ცენტრს, და სადაც საუბარია არალეგალური შინაარსის („კონტენტის“) მომწოდებლების მიერ გამოწვეული პრობლემის მნიშვნელობასა და მასშტაბებზე (მაგალითად, adjaranet.com და imovies.cc). პრობლემაზე ის ფაქტიც მეტყველებს, რომ საქართველოში ეს ორი ვებსაიტი, ნებისმიერ სხვა ვებგვერდზე უფრო პოპულარულია. პრობლემას კიდევ უფრო ამძაფრებს ინტელექტუალური საკუთრების უფლებების შესახებ მომხმარებელთა ინფორმირებულობის დაბალი დონე, და აგრეთვე არსებული კანონმდებლობისა და რეგულაციების არასაკმარისი აღსრულება.

დიდწილად, აუდიოვიზუალური შინაარსის ონლაინ მეკობრეობის პრობლემის შესაძლო გადაწყვეტა შედის ზემოთმოხსენებულ „მაუწყებლობის შესახებ“ კანონში შეტანილ ცვლილებებში, რომელიც ითვალისწინებს ავტორიზაციის პირობას ნებისმიერი გამოძახებითი „კონტენტ- პროვაიდერისთვის“.

#### 5. უნარ-ჩვევების ნაკლებობა და ფილმების წარმოებასა და წარმოების შემდგომ ეტაპთან დაკავშირებული შესაძლებლობების დეფიციტი

საქართველოში კინოწარმოების მზარდმა გავრცელებამ გამოიწვია უფრო მაღალი მოთხოვნა ამ სფეროს პროფესიონალებზე - როგორც მაღალანაზღაურებად შემოქმედებით კოლექტივებზე, ასევე კონტრაქტით აყვანილ გადამღებ და ტექნიკურ

---

<sup>7</sup> [HTTPS://BM.GE/EN/ARTICLE/HOLLYWOOD-AGAINST-GEORGIA--STUDIOS-ARE-CONCERNED--DUE-TO-MOVIE-PIRACY/44433/](https://bm.ge/en/article/hollywood-against-georgia--studios-are-concerned--due-to-movie-piracy/44433/)

პერსონალზე.<sup>8</sup> ქვეყანაში მაღალი რანგის პროფესიონალი სულ რამდენიმეა, მიუხედავად იმისა, რომ მათ უდიდესი პრაქტიკული გამოცდილება გააჩნიათ, ეს არ არის საკმარისი წარმოების გაზრდილი მოთხოვნების დასაკმაყოფილებლად. გადამღები გუნდების ტექნიკური უნარ-ჩვევები, ტრენინგების ნაკლებობისა და ზოგადად, ახალგაზრდებში კინოწარმოებისადმი მცირე ინტერესის გამო, არადასაკმაყოფილებელია. ასევე, საქართველოში დეპარტამენტის ხელმძღვანელების, წარმოების მენეჯერების, წარმოების ასისტენტების, აუდიო ინჟინრების, განათების ტექნიკოსების, გამფორმებლების, დამჭერების, ვიზაჟისტების და წარმოების დიზაინერების ნაკლებობაა. არსებული საგანმანათლებლო პროგრამები, რომლებიც ძირითადად შოთა რუსთაველის სახელობის საქართველოს თეატრისა და კინოს სახელმწიფო უნივერსიტეტისა და ილიას სახელმწიფო უნივერსიტეტის მიერ არის შეთავაზებული, კონცენტრირებულია კინორეჟისურისა და სცენარისტის პროფესიებზე; ისინი სრულად არ შეესაბამება თანამედროვე მოთხოვნებს და ინდუსტრიის ტექნოლოგიურ განვითარებას, ასევე არაა შემოთავაზებული პროფესიული საგანმანათლებლო პროგრამები, სადაც შესაძლებელი იქნებოდა პრაქტიკული უნარების შექმნა. ინდუსტრიის სხვადასხვა დაინტერესებული მხარეების აზრით, გადასაღებ მოედანზე საჭიროა უამრავი ტექნიკური პროფესია, რომელიც უნდა ისწავლებოდეს პროფესიული განათლების დონეზე. თუმცა, ბევრმა ასევე აღნიშნა, რომ პრაქტიკული გამოცდილების შექმნამ შეიძლება შეავსოს არასაკმარისი საკლასო სწავლება, რომელიც ამჟამადაა შემოთავაზებული. რესპონდენტებმა ასევე ხაზი გაუსვეს კინემატოგრაფიის პროფესიონალებს შორის ისეთი საკომუნიკაციო უნარების დაბალ დონეს, როგორცაა ინგლისურის ცოდნა და სოციალური ქსელების უნარ-ჩვევები, რაც ზღუდავს მათ შესაძლებლობებს რომ დაამყარონ საერთაშორისო ურთიერთობები და მოიზიდონ პოტენციური ინვესტორები.

## 6. ფინანსებზე დაბალი ხელმისაწვდომობა ფილმების წარმოების სფეროში

საქართველოს კინოინდუსტრიისთვის დაფინანსებაზე დაბალი ხელმისაწვდომობა მთავარ გამოწვევას წარმოადგენს. ქართული ფილმების დაფინანსების ძირითადი წყაროა საქართველოს ეროვნული კინოცენტრი, რომლის წლიური ბიუჯეტი დაახლოებით 7 მილიონ ლარს შეადგენს; ამ დაფინანსებით შესაძლებელია წელიწადში 4-5 ფილმის წარმოება. კერძო სექტორის რესპონდენტების აზრით, ეს თანხა არ არის საკმარისი საქართველოში კინოინდუსტრიის განვითარებისათვის.

---

<sup>8</sup> „ზედა რგოლი“ („ABOVE-THE-LINE“) გულისხმობს პროფესიებს, რომლებსაც წარმოებაზე შემოქმედებითი გავლენა აქვთ. ეს, სხვასთან ერთად, მოიცავს ისეთ პროფესიებს, როგორცაა: სცენარისტი, პროდიუსერი, რეჟისორი და მსახიობები. „ქვედა რგოლი“ („BELOW-THE-LINE“) გულისხმობს პროფესიებს, რომლებსაც პროდუქტის შექმნაზე არის პასუხისმგებელი: პროექტის მენეჯერი, საგადასაღებო მოედნის მენეჯერი, ვიზაჟისტი, რეჟისორის ასისტენტი, წარმოების კოორდინატორი, რეჟისორის ასისტენტი სცენარის დარგში, სცენის მოწყობაზე პასუხისმგებელი პირი და სხვა.

გარდა ამისა, კინონდუსტრიისთვის საბანკო პროდუქტები განუვითარებელია, რაც მძიმე ტვირთად აწევს მწარმოებელ კომპანიებს, როდესაც საქმე ეხება ინვესტიციებს ინფრასტრუქტურასა და აღჭურვილობაში ფულადი სახსრების მობილიზებას. დაინტერესებული მხარეების უმეტესობის აზრით, დაფინანსების საკმარისი ვარიანტების არარსებობა გამოწვეულია ზოგადი გაუცნობიერებლობით იმ ეკონომიკური სარგებლის შესახებ, რომელიც შეიძლება მიღებულ იქნას კინონდუსტრიიდან. გარდა ამისა, აღინიშნა, რომ ადგილობრივად დაფინანსებულ პროექტებს აქვთ იმის პოტენციალი, რომ შემდგომ ეტაპებზე უცხოელი ინვესტორები მოიზიდონ და შესაბამისად, ერთობლივი წარმოების შედეგად უფრო მეტი ეკონომიკური მოგება მიიღონ.

დაბოლოს, ფინანსებზე წვდომა მნიშვნელოვნად არის დამოკიდებული ფისკალური წახალისების სქემებზე. კერძო სექტორის დაინტერესებული მხარეები, რომლებიც წარმოადგენენ როგორც კინოს, ასევე მუსიკალურ წარმოებას, ინდუსტრიაში ინვესტიციის მისაღებად მხარს უჭერენ დამატებითი წახალისებების შეთავაზებას ადგილობრივი და საერთაშორისო კომპანიებისადმი. საბოლოო ჯამში, ფინანსური პოლიტიკის ხელმისაწვდომობის გაუმჯობესება მოითხოვს ჰოლისტიკურ ანალიზს ერთდროულად ყველა შემადგენელი ნაწილის გათვალისწინებით, რათა ხელი შეეწყოს პროგრნოზირებად და გამჭვირვალე ბიზნეს გარემოს ჩამოყალიბებას შემდეგი წლების განმავლობაში.

## **7. დაბალი ტექნიკური შესაძლებლობები / ინფრასტრუქტურა**

ფინანსების დაბალი ხელმისაწვდომობა აფერხებს ინვესტიციებს ინფრასტრუქტურაში, მოწყობილობებსა და ტექნოლოგიებში, რაც თავის მხრივ ქართულ კომპანიებს უზღუდავს საერთაშორისო წარმოების მოზიდვის შესაძლებლობას. დღესდღეობით, ქვეყნის კინემატოგრაფიული ინფრასტრუქტურის მოცულობა ერთდროულად მხოლოდ 4-5 საერთაშორისო პროექტს ემსახურება. უფრო მეტიც, საქართველოში საბჭოთა პერიოდში აშენდა რამდენიმე კინოსტუდია, რომლებსაც, მიუხედავად საკმარისი მოვლა-შენახვისა და გამოყენებისა, არ აქვთ საკმარისი სივრცული შესაძლებლობები და სხვა სპეციფიკაციები დღევანდელი მოთხოვნების დასაკმაყოფილებლად. დაბოლოს, სამონტაჟო სტუდიების ტექნიკური აღჭურვილობა არ არის საკმარისი ერთდროულად ხუთზე მეტი მხატვრული ფილმის მოსამსახურებლად.

## **8. გამარტივებული გადაღების ნებართვის პროცესის არარსებობა**

ფილმის წარმოება მოითხოვს უამრავ სერვისს, ინფრასტრუქტურასა და აღჭურვილობას, რომელიც მუნიციპალურმა ან ცენტრალურმა მთავრობამ უნდა უზრუნველყოს (ფასიანად ან უფასოდ). ეს მოიცავს სახელმწიფო საკუთრებაში არსებული ქონების, მანქანებისა და აღჭურვილობის დაქირავებას, აგრეთვე ლოჯისტიკურ დახმარებას ქუჩებისა და ტროტუარების დახურვის, ქუჩის განათების

შეცვლისა და ქუჩების დასუფთავების მხრივ. საქართველოში, გადაღების ნებართვის მისაღებად არ არსებობს სტანდარტული სახელმძღვანელო მითითებები ან პროცედურები. ინდუსტრიის წარმომადგენლები აცხადებენ, რომ გადაწყვეტილებები მიიღება ინდივიდუალურად, რაც გარკვეულ მოქნილობას ქმნის. თუმცა, ვინაიდან ასეთი გადაწყვეტილებები ხშირად კონკრეტული საჯარო მოხელეების შეხედულებისამებრ ხდება, ხშირია დაგვიანებები და შეფერხებები. რესპონდენტთა უმეტესობა თვლის, რომ საჯარო უწყებებთან კომუნიკაციისა და კოორდინაციის გამარტივების მიზნით, საჭიროა გადაღების ნებართვის გაცემის პროცესის გამარტივება და ცენტრალიზება. გარდა ამისა, ზოგიერთმა დაინტერესებულმა მხარემ ხაზი გაუსვა საზოგადოებრივი ქონების გაქირავებისთვის ფასების დაწესების საჭიროებას, რაც მთავრობას დამატებით შემოსავალს მისცემს.

რომ შევაჯამოთ, კერძო და საჯარო სექტორის დაინტერესებულმა მხარეებმა გამოავლინეს ზემოთ აღწერილი რვა ყველაზე მნიშვნელოვანი გამოწვევა. ცხრილ N2-ში მოცემულია ამ გამოწვევების მულტიკრიტერიუმული შეფასება, რომელიც საფუძვლად დაედო ამ პოლიტიკის ნარკვევს

ცხრილი 2: იდენტიფიცირებული გამოწვევების მულტიკრიტერიუმული შეფასება

პოლიტიკის იდენტიფიცირებული გამოწვევები	ეკონომიკური გავლენა	სამართლებრივი განხორციელებადობა	ტექნიკური განხორციელებადობა	პოლიტიკური განხორციელებადობა	საჭირო დრო
დღგ მომსახურების ექსპორტზე					
შეზღუდული წვდომა ევროკავშირის მიერ დაფინანსებულ პროგრამებზე					
უნარ-ჩვევების ნაკლებობა					
დაბალი ტექნიკური შესაძლებლობები / ინფრასტრუქტურა					
ფინანსებზე დაბალი ხელმისაწვდომობა					
ფისკალური სტიმულები					
პირატულობა					
გამარტივებული გადაღების ნებართვის პროცესის არარსებობა					



ზემოთშეჯამებული ანალიზის საფუძველზე, პოლიტიკის საკითხები შემცირდა ყველაზე კრიტიკულ შემდეგ ოთხ გამოწვევამდე: (1) მომსახურების ექსპორტის დღგ-

ით დაბეგვრა; (2) ფისკალური წახალისება; (3) ევროკავშირის მიერ დაფინანსებული მედიაპროგრამების ხელმისაწვდომობა; და (4) მეკობრეობა. დაბოლოს, ამ საკითხებს შორის ურთიერთდამოკიდებულების გამო, ჩვენ გადავწყვიტეთ პირველი ორი და ბოლო ორი გამოწვევა დავაჯგუფოთ შემდგომი ანალიზისთვის.

პოლიტიკის ნარკვევის შემდეგ ქვეთავებში ყურადღება გამახვილდება მეკობრეობის საკითხზე, რომლის აღმოფხვრა ან მინიმუმ შერბილება, სხვა სარგებელებთან ერთად, უზრუნველყოფს ევროკავშირის მიერ დაფინანსებული მედიაპროგრამების სრულ ხელმისაწვდომას. ხაზგასმით უნდა აღინიშნოს, რომ დანარჩენი ორი საკითხი, მიუხედავად იმისა, რომ ყველა თვალსაზრისით არანაკლებ მნიშვნელოვანია, ამ პოლიტიკის მოკლე შინაარსში არ არის გაანალიზებული, რადგან მოსალოდნელია, რომ ისინი განხილული იქნება მთავრობის ახალი განკარგულებით, რომელიც ამ ეტაპზე გასაჯაროებული არ არის.

#### **4. პოლიტიკის პრობლემის კონტექსტი და სამოქმედო ლოგიკა**

ინტერნეტის ფართო ხელმისაწვდომობამ და მედიის შინაარსის („კონტენტის“) ციფრული სახით გარდაქმნამ შეცვალა მეკობრეობის მასშტაბი და შინაარსი. ციფრული მეკობრეობა გაცილებით უფრო ფართოდ არის გავრცელებული, ვიდრე ფიზიკური მეკობრეობა, ხოლო მასთან ბრძოლა ბევრად უფრო რთულია. ზოგიერთი კვლევის თანახმად, უდიდესია ციფრული მეკობრეობის შედეგად მიყენებული ეკონომიკური ზარალიც. ბლექბერნის და სხვების აზრით (2019 წ.), მსოფლიო მასშტაბით აშშ – ში წარმოებულ ფილმებს, ძირითადად აშშ – ს საზღვრებს გარეთ ყოველწლიურად 26,6 მილიარდი უკანონო მეკობრული ნახვა აქვს, ხოლო 126,7 მილიარდი მეკობრული ნახვა აქვს აშშ – ში წარმოებულ სატელევიზიო შოუებს. ამან გამოიწვია შიდა შემოსავლების შემცირება, სავარაუდო ზარალმა 71 მილიარდ აშშ დოლარს მიაღწია. მთლიანობაში, ნეგატიური გავლენა აშშ-ს ეკონომიკაზე გამოიხატა 47,5 მილიარდიდან 115,3 მილიარდ აშშ დოლარამდე მშპ-ს შემცირებით და ასევე 230,000-დან 560,000-მდე სამუშაო ადგილის დაკარგვით.

საქართველოში მეკობრულად მოპოვებული შინაარსის თითქმის შეუზღუდავი ხელმისაწვდომობა უარყოფითად მოქმედებს კერძო სექტორის მრავალ დაინტერესებულ მხარეზე. კერძოდ, ეს ზღუდავს შემოსავლის გამომუშავებას აუდიოვიზუალური შინაარსის მწარმოებლებისთვის და ფირმებისათვის, რომლებიც სპეციალიზირებულნი არიან წარმოების შემდგომ და დისტრიბუციის საქმიანობაში. ამ პირდაპირი უარყოფითი გავლენის გარდა, მეკობრეობის ირიბი გავლენის შედეგად იკარგება რამდენიმე ღირებულების ჯაჭვი, რადგან მეკობრეობა ზიანს აყენებს საქართველოს რეპუტაციას და ხელს უშლის ადგილობრივ კინოინდუსტრიას საერთაშორისო თანამშრომლობის დამყარებაში.

მეკობრეობის საწინააღმდეგო მარეგულირებელი პოტენციური ჩარჩო, მათ შორის ცვლილება „მაუწყებლობის შესახებ“ კანონში, რომელიც შეიმუშავა კომუნიკაციების

კომისიამ და 2018 წლის დეკემბერში წარადგინა პარლამენტის დარგობრივი ეკონომიკისა და ეკონომიკური პოლიტიკის კომიტეტში, დაახლოვებს საქართველოს კანონმდებლობას ევროკავშირის აუდიოვიზუალური მედია მომსახურების დირექტივასთან. ასეთი მიახლოება საქართველოს შესაძლებლობას მისცემს სრული წვდომა მიიღოს კრეატიული ევროპის MEDIA ქვეპროგრამში მონაწილეობის მისაღებად. როგორც რამდენიმე დაინტერესებულმა მხარემ ხაზგაზომით აღნიშნა, MEDIA ქვეპროგრამაში სრული მონაწილეობის სარგებელი მნიშვნელოვანი იქნება კინოსა და ანიმაციის მწარმოებლებისთვის, რაც გაზრდის ერთობილივი წარმოებისთვის ხელმისაწვდომ დაფინანსებას და ხელს შეუწყობს ფილმების დისტრიბუციის სექტორის განვითარებას საქართველოში.

#### **4.1 მეკობრეობის სავარაუდო გავლენა კანონიერ მოხმარებაზე**

მეკობრეობის გავლენა გაყიდვებზე ემპირიული საკითხია (დანაპერი და სხვ., 2020). თეორიული გადმოსახედიდან ეს ეფექტი შეიძლება იყოს ნეგატიური, დადებითი ან ნეიტრალური. ცხადია, თუ მეკობრეები არიან მომხმარებლები, რომლებიც სხვაგვარად შეიძენდნენ შინაარსს ლეგალურად, მეკობრეობა ანაცვლებს ლეგალურ გაყიდვებს და ამცირებს კანონიერი მფლობელების შემოსავლებს. მეორე მხრივ, თუ მეკობრეები არიან მომხმარებლები, რომლებიც შინაარსს ლეგალურად მაინც არ შეიძენდნენ, მაშინ მეკობრეობას ლეგალურ გაყიდვებზე გავლენა არ აქვს. ასევე შესაძლებელია, რომ პირებმა, რომლებმაც კონტენტი მეკობრულად ჩაიგდეს ხელში, მის შესახებ ინფორმაცია გაავრცელონ, რაც, თავის მხრივ, გაზრდის ლეგალურ მოხმარებას, იმ შემთხვევაში, თუ ადამიანები, რომლებიც მეკობრული ფილმების შესახებ ინფორმაციას გაიგებენ, აირჩევენ კონტენტის კანონიერი გზით მოპოვებას. ამ გავლენების მასშტაბი, სავარაუდოდ, განსხვავდება შინაარსის სახეებისა და არხების მიხედვით.

თითქმის ყველა ავტორიტეტული კვლევის მიხედვით, მეკობრეობა ამცირებს ვიდეოების ლეგალურ გაყიდვებს (როგორც თეატრალურ, ასევე საშინაო გასართობსაც). ამასთან, ფილმის მეკობრულად ხელში ჩაგდება ეკრანზე გასვლამდე ხდება მაშინ, როდესაც კონტენტის მოპარვა მოხდა ფილმის ოფიციალურ ჩვენებამდე. კვლევებმა აჩვენა, რომ ეკრანზე გასვლამდე მეკობრეობა უფრო მეტ ზიანს აყენებს მფლობელთა უფლებებს, ვიდრე ეკრანზე ფილმის გასვლის შემდგომ მეკობრეობა, რაც იმას ნიშნავს, რომ მეკობრული და ლეგალური კონტენტის ხელმისაწვდომობას დიდი მნიშვნელობა აქვს პირის მიერ გადაწყვეტილების მიღების დროს- მოიპაროს თუ შეიძინოს კონტენტი. მა და სხვებმა (2014 წ.) დაადგინა, რომ ოფიციალურ ჩვენებამდე მეკობრეობა იწვევს გაყიდვების დამატებით 19.1% -ით შემცირებას, სანამ გათვალისწინებულ იქნება გამოშვების შემდგომი მეკობრეობით დანაკარგების დაანგარიშება.

დანაჰერი და სხვების(2019 წ.) მიერ დადგინდა, რომ 33 ავტორიტეტული კვლევიდან 29 კვლევა მიუთითებს იმაზე, რომ მეკობრეობამ მნიშვნელოვანი ზიანი მიაყენა ლეგალურ გაყიდვებს. გარდა ამისა, მათ დაადგინეს, რომ მეკობრეობა ირიბ გავლენასაც ახდენს გასართობ ინდუსტრიაზე, საზოგადოებასა და მომხმარებლებზე.

#### 4.2 მეკობრეობის საწინააღმდეგო სტრატეგიების ეფექტურობა

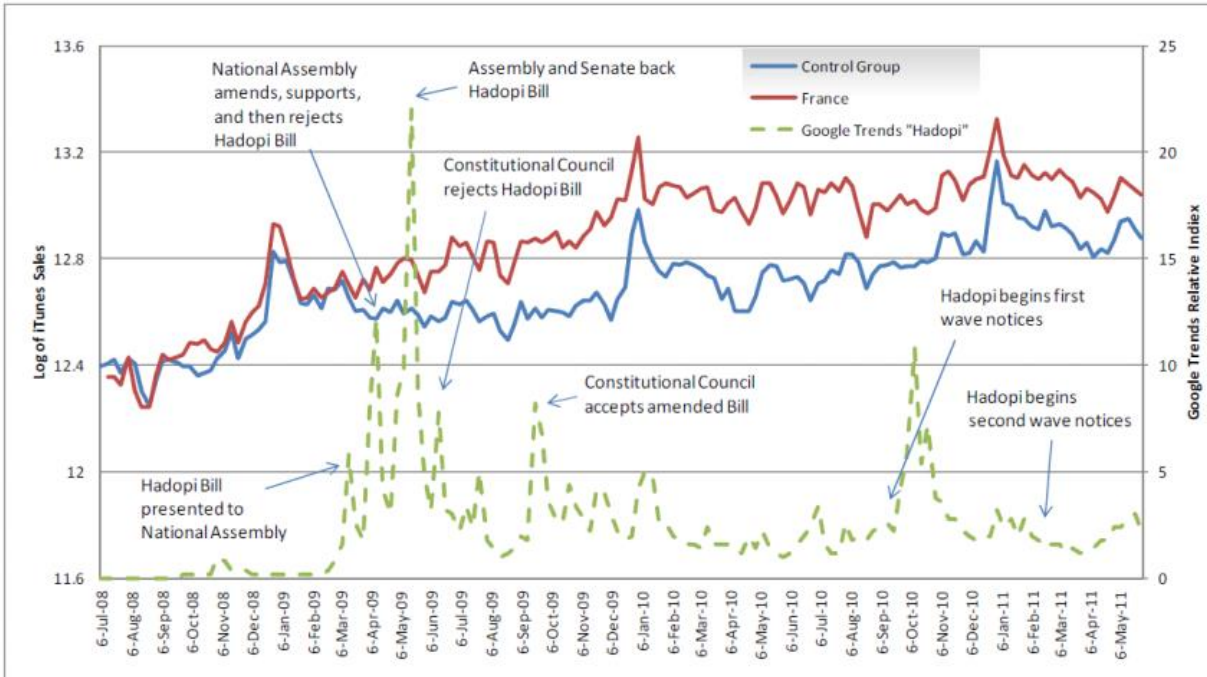
მეკობრეობის საწინააღმდეგო ქმედებები იყოფა მოთხოვნის და მიწოდების მხარის სტრატეგიებად. მოთხოვნის მხარის განხორციელებული ინტერვენციები ეხება სტრატეგიებსა და პოლიტიკას, რომლებიც მიმართულია მეკობრული შინაარსის მომხმარებლებზე და აფრთხილებს მათ პოტენციური ჯარიმების შესახებ ან მიმართავს ძალისხმევას მათი ცნობიერების ამაღლებისკენ. საერთო ჯამში, მოთხოვნის მხარეს განხორციელებულმა მეკობრეობის საწინააღმდეგო სტრატეგიამ შეიძლება გაზარდოს ლეგიტიმური მოხმარება; თუმცა, მომხმარებელთა ინფორმირებულობა ასეთი პოლიტიკის და მასთან დაკავშირებული იურიდიული რისკების შესახებ, პოლიტიკის ეფექტურობის აუცილებელ პირობას წარმოადენს (Danaher et al, 2020; WIPO, 2015). მოთხოვნის მხარის განხორციელებული პოლიტიკა უშედეგოა, თუკი მომხმარებლები თვლიან, რომ კანონის აღსრულება სათანადოდ არ ხდება. გარდა ამისა, ამგვარი პოლიტიკის დაწესება დაკავშირებულია მაღალ პირდაპირ და არაპირდაპირ სამართლებრივ ხარჯებთან.

საფრანგეთის HADOPI-ს კანონი, რომელიც მოთხოვნის მხარის ერთ – ერთი პირველი პოლიტიკური დოკუმენტია, 2009 წელს არის მიღებული. კანონი სპეციალიზირებულ სააგენტოს საექვო მომხმარებლების ინტერნეტიდან გათიშვასა და დაჯარიმებას დაწესებას აწესებდა. HADOPI- ის შედეგად, ციფრული მუსიკის გაყიდვები დაახლოებით 25% –ით გაზარდა (Danaher et al. 2014). განსაკუთრებით აღსანიშნავია, რომ ლეგალური გაყიდვების ზრდა დაიწყო არა მაშინ, როდესაც კანონი ფაქტობრივად ამოქმედდა, არამედ მაშინ, როდესაც ფართოდ გასაჯაროვდა ამ საკითხის ირგვლივ პარლამენტში მიმდინარე მწვავე დებატები, რის შედეგადაც საფრანგეთის მოქალაქეების<sup>9</sup> ცნობიერება ამაღლდა ამ კანონის შესახებ.

*დიაგრამა 1 : iTunes მუსიკალური გაყიდვები HADOPI-ის მიღებამდე და მიღების შემდგომ ეტაპზე*

---

<sup>9</sup> მწვანე შტრიხული პუნქტირი (ნახატი 1) უჩვენებს ფანგული გუგლის მეშვეობით HADOPI-ს ძიებებს და კანონში შეტანილი ჩვლელებების და ცნობიერების ამაღლების კამპანიის ფონზე.



შვედეთის IPRED კანონი<sup>10</sup> ამოქმედდა 2009 წლის 1 აპრილს და საავტორო უფლებების მფლობელებს გაუადვილა სამართალდამრღვევთა წინააღმდეგ სარჩელის შეტანა და საავტორო უფლებების დარღვევისთვის კომპენსაციის მოთხოვნა. კანონის მიღებიდან პირველი რამდენიმე თვის განმავლობაში მიმდინარეობდა კანონის ირგვლივ ინფორმაციის გავრცელება, რამაც პირველი ექვსი თვის განმავლობაში, საკონტროლო ჯგუფის ქვეყნებთან შედარებით მუსიკის გაყიდვების 36% -იანი ზრდა გამოიწვია. გარდა ამისა, ამ პერიოდის განმავლობაში ინტერნეტ ტრაფიკი 16% -ით შემცირდა, რაც კვლევამ მეკობრეობის 32% -ით შემცირებას მიაწერა. თუმცა, კვლევამ ასევე დაადგინა, რომ კანონის ზუსტმა აღსრულებამ გამოიწვია მუსიკის გაყიდვების შემცირება IPRED- ის მიღებამდე არსებულ დონემდე (Adermon and Liang, 2014).

მაშინ, როცა განხორციელების სირთულეებმა და აღსრულებასთან დაკავშირებულმა მაღალმა ხარჯებმა მოთხოვნის მხარის მიერ განსახორციელებელი პოლიტიკის მიმართ შეამცირა ინტერესი, მიწოდების მხარის მეკობრეობის საწინააღმდეგო ზომების გამოყენება მნიშვნელოვნად გაიზარდა. მიწოდების მხარის განსახორციელებელ მეკობრეობის საწინააღმდეგო სტრატეგიების სამიზნეს წარმოადგენს ის ვებ – გვერდები, პროგრამული უზრუნველყოფა, გადახდის პროცესორები ან ოქმები, რომლებიც მეკობრეობას უწყობს ხელს. კერძოდ, ასეთი ქმედებები მოიცავს შეწყვეტისა და გაუქმების წერილების გაგზავნას იმ საიტებთან, რომლებიც სთავაზობენ მეკობრულ კონტენტს ან უზრუნველყოფენ ამ კონტენტებზე (შინაარსზე) გადასასვლელ ბმულებს; მეკობრული შინაარსის მასპინძელი საიტების მთლიანად გათიშვას და ინტერნეტ-პროვაიდერებისათვის (ISP) მოთხოვნას, რომ

<sup>10</sup> ევროკავშირის ინტელექტუალური საკუთრების უფლებების დაცვის დირექტივის საფუძველზე (IPRED)



დაბლოკონ ვებსაიტები, რომლებზედაც განთავსებულია მეკობრული კონტენტი. მიუხედავად იმისა, რომ მიწოდების მხარის მეკობრეობის საწინააღმდეგო პოლიტიკის ირგვლივ ადრე ჩატარებულმა კვლევებმა მის ეფექტურობაზე არაერთგვაროვანი შედეგი გამოიღო, ბოლოდროინდელმა გამოკვლევებმა გამოავლინა ის პირობები, რომლის მიხედვითაც ამგვარი ქმედებებით შეიძლება შემცირდეს მეკობრეობა და გაიზარდოს ლეგალური მოხმარება - ინტერნეტიდან მეკობრული შინაარსის ამოღების ძალისხმევამ შეიძლება ლეგალური მოხმარებისკენ განაწყოს მომხმარებლები, მაგრამ მხოლოდ მაშინ, როდესაც საიტების საკმარისად დიდი რაოდენობა ერთდროულად იბლოკება (დანაჰერი და სხვ., 2020).

Megaupload ვებსაიტი, რომელიც მთელი მსოფლიო ინტერნეტ ტრაფიკის 4% -ს მოიხმარდა (Parloff, 2012), 2012 წელს გაითიშა ფედერალურ ნაფიც მსაჯულთა საბრალდებო აქტის შემდეგ, რასაც მოჰყვა მისი დამფუძნებლისა და ზოგიერთი მისი მენეჯერის დაპატიმრება. საიტის დახურვამ, რაც პრესის მიერ ფართოდ გაშუქდა, საზოგადოების დიდი ინტერესი გამოიწვია და მომხმარებელთა ინფორმირებულობა გაზარდა უკანონო მომსახურებების შესახებ. გარდა ამისა, Megaupload-ის ბევრმა კონკურენტმა მსგავსი სამართლებრივი ქმედებების მოლოდინში საპასუხოდ ან თავად შეაჩერა ან შეზღუდა მსგავსი საქმიანობა. მეგააპლოუდის (Megaupload) გამორთვის ეფექტებზე ადრეულ ეტაპზე ჩატარებულმა კვლევამ სამი მთავარი კინოსტუდიისთვის ციფრული ფილმიდან მიღებული შემოსავლების 6.5–8.5% –იანი ზრდა აჩვენა (Danaher and Smith, 2014). ამასობაში, მოგვიანებით ჩატარებულმა კვლევამ ფართომასშტაბიანი ჩვენებისთვის განკუთვნილი ფილმებისთვის, ბილეთების გაყიდვების სტატისტიკურად და ეკონომიკურად მნიშვნელოვანი ზრდა დაადგინა; Megaupload-ის გათიშვამ გაზარდა შემოსავლები ფართო აუდიტორიისთვის განკუთვნილი ფილმებისთვის (wide-release films), მაგრამ ამას სტატისტიკურად მნიშვნელოვანი გავლენა არ მოუხდენია შეზღუდული გამოშვების ფილმების სალაროებში მიღებულ შემოსავალზე. ამასობაში, შეზღუდული გაქირავების ფილმებზე (limited release films) გავლენა უარყოფითი აღმოჩნდა, რაც შეესაბამება იმ თეორიას, რომ მეკობრეობას შეიძლება ჰქონდეს დადებითი და ზეპირი „რეკლამის“ ეფექტი მცირე და ვიწრო აუდიტორიისთვის განკუთვნილი ფილმების (small and niche films) შემთხვევაში (Peukert et al., 2017).

მნიშვნელოვანი დასკვნების გაკეთება შესაძლებელია დიდი ბრიტანეთის გამოცდილებაზე დაყრდნობით, კერძოდ, სამი წლის განმავლობაში მეკობრული ვებ – გვერდების დაბლოკვიდან გამომდინარე. 2012 წელს, დიდი ბრიტანეთის სასამართლოებმა დაავალეს ინტერნეტ პროვაიდერებს, დაებლოკათ BitTorrent-ის ტრეკერის ფაილების ინდექსირების მთავარი საიტი, ცნობილი როგორც Pirate Bay. კვლევამ დაადგინა, რომ Pirate Bay-ის დაბლოკვამ საკონტროლო ჯგუფთან შედარებით (Pirate Bay-ს არა მომხმარებლებლეთან შედარებით) დაბლოკილი მომხმარებლების (Pirate Bay-ის მომხმარებლების) ვიზიტების გაზრდა გამოიწვია მეკობრეობის ალტერნატიულ საიტებზე. მთლიანობაში, Pirate Bay-ის დაბლოკვამ, პოპულარობის

მიუხედავად, არ გამოიწვია ლეგალური მოხმარების ზრდა, რადგან ყოფილმა მომხმარებლებმა იგივე მეკობრული „კონტენტის“ (მასალის) მოხმარების სხვა გზები იპოვეს. დიდი რაოდენობით საიტების თანმიმდევრულმა დაბლოკვამ მომხმარებელთა ქცევაზე განსხვავებული გავლენა იქონია. დიდი ბრიტანეთის სასამართლოების ბრძანებით, ერთდროულად დაიბლოკა 28 მეკობრული საიტი, რომელთაგანაც 19-ზე ვიდეო მასალები იყო განთავსებული. კვლევის თანახმად, „დამუშავებულმა“ მომხმარებლებმა, საკონტროლო ჯგუფის მომხმარებლებთან შედარებით 12% -ით გაზარდეს ვიზიტები ფასიან სტრიმინგ საიტებზე (მაგალითად, Netflix). უფრო მეტიც, დაბლოკილი საიტების ყველაზე ინტენსიურმა მომხმარებლებმა თავიანთი ლეგალური მოხმარება თითქმის 24% -ით გაზარდეს. 2014 წლის ნოემბერში დიდ ბრიტანეთში 53 მეკობრეობის ვებ – გვერდის დაბლოკვამ გამოიწვია მეკობრეობის საერთო რაოდენობის შემცირება და ლეგალური საიტების საშუალებით ვიდეო შინაარსის მოხმარება. ამ დაბლოკვამ გამოიწვია მეკობრეობის საერთო რაოდენობის შემცირება და ლეგალური საიტების საშუალებით ვიდეო კონტენტის მოხმარების ზრდა. კერძოდ, ამან ბლოკირების შედეგად დაზარალებული ყველა მომხმარებლისთვის გამოიწვია მეკობრეობის 22% -ით შემცირება და 6% -ით გაიზარდა ვიზიტი ლეგალურ სტრიმინგის საიტებზე (paid legal streaming sites) (მაგალითად, Netflix), ხოლო ვიდეოების ნახვა გაიზარდა 10% -ით (legal ad-supported streaming sites).

### 4.3 მეკობრეობის ირიბი ზემოქმედება

მეკობრეობის შედეგები ფართო სპექტრისაა. აკადემიური ლიტერატურის უმეტესობა ლეგალურ გაყიდვებზე მეკობრეობის პირდაპირ გავლენაზეა ფოკუსირებული. ამასთან, აღსანიშნავია ირიბი გავლენა, როგორც გასართობ ინდუსტრიაზე, ისე ზოგადად საზოგადოებაზე. დანაპირი და სხვ. (2019) -ში ჩამოთვლილია ხუთი ძირითადი არაპირდაპირი ზემოქმედება:

(1) მეკობრეობა ამცირებს მასალის (კონტენტის) შემქმნელთა წარმატებული გარიგების დადების შესაძლებლობას ციფრულ პლატფორმებთან მოლაპარაკებების დროს და აიძულებს მათ მიიღონ დისტრიბუტორებისგან ნაკლებად ხელსაყრელი პირობები, ვიდრე სხვა შემთხვევაში მიიღებდნენ.

(2) იქ, სადაც გავრცელებულია მეკობრეობა, ის ირიბად მოქმედებს გაყიდვებზე, იმიტომ რომ მასალის (კონტენტის) შემქმნელები იძულებულნი არიან შეამცირონ გაქირავების ვადები. გაქირავების ვადების შემცირებამ შეიძლება შეამციროს უფლების მფლობელის მოგება.

(3) მეკობრეობა აიძულებს უფლებების მფლობელებს დამატებითი ხარჯები გაიღონ თავიანთი ინტელექტუალური საკუთრების დასაცავად. ეს მოიცავს: (1) ფაილების გამოქვეყნების თარიღამდე მათი ციფრული ასლების დაცვის ხარჯებს; (2) ფაილების ციფრული გამოშვების დროს მათზე ფარული ნიშნების დადების ხარჯებს; (3) მეკობრული შინაარსის ძიების შედეგებიდან ამოღების მიზნით მეკობრული

შინაარსის საიტების მონიტორინგის და ონლაინ პლატფორმებთან კომუნიკაციის ხარჯებს; და (4) მთავრობასთან ლობირების ხარჯებს მეკობრეობის საწინააღმდეგო მკაცრი კანონმდებლობის მიღების მოთხოვნით.

(4) მეკობრეობა უარყოფითად აისახება ხელოვანთა მოტივაციაზე, რომ შექმნან ახალი.

(5) მეკობრეობა კომპიუტერული უსაფრთხოების რისკებს უქმნის მომხმარებლებს, რომლებიც იწერენ არალეგალურ კონტენტს და ასევე ზრდის მომხმარებლის ელექტრონული მოწყობილობის ვირუსით დაბინძურების ალბათობას (Telang, 2018).

OECD იკვლევს მეკობრეობის და გაყალბების პოტენციურ შედეგებს, დაწყებული ზოგადი სოციალურ-ეკონომიკური ეფექტებიდან, დამთავრებული მიკრო-ეკონომიკური ეფექტებით. ამ შედეგების კატეგორიები და მიახლოებითი დრო შეჯამებულია შემდეგ ცხრილში:

ცხრილი 3: ფალსიფიკაციისა და მეკობრეობის ძირითადი გავლენების ზემოქმედების ვადები

	მოკლევადიანი	საშუალოვადიანი
ზოგადი სოციალურ-ეკონომიკური გავლენა		ინოვაცია და ზრდა კრიმინალური საქმიანობა გარემო დასაქმება პირდაპირი უცხოური ინვესტიცია ვაჭრობა
გავლენა უფლებების მფლობელებზე	გაყიდვების მოცულობა და ფასები საავტორო ჰონორარი	გაყიდვების მოცულობა და ფასები ბრენდის ღირებულება და ფილმის რეკლამაცია ინვესტიცია ფირმის დონეზე გაყალბებულთან და მეკობრეობასთან ბრძოლის ხარჯები საქმიანობის მასშტაბი
გავლენა მომხმარებლებზე	ჯანმრთელობასთან და უსაფრთხოებასთან დაკავშირებული რისკი სარგებელი მომხმარებლისთვის	სარგებელი მომხმარებლისთვის
გავლენა მთავრობებზე		საგადასახადო შემოსავლები გაყალბებულთან და მეკობრეობასთან ბრძოლის ხარჯები კორუფცია

წყარო: OECD, 2008

## 5. საქართველოს მაგალითი

საქართველოში, მეკობრეობა ბევრ სექტორშია გავრცელებული, მათ შორისა: კინო და სერიალები, მუსიკა, ვიდეო თამაშები და პროგრამული უზრუნველყოფა. ეს ყველაზე მეტად გავრცელებულია კინოსა და სერიალების დისტრიბუციაში, რაზეც მეტყველებს ორი მეკობრული კონტენტ პროვაიდერის (მიმწოდებლის), კერძოდ adjaranet.com– ს და imovies.cc– ის ბაზარზე აბსოლუტური დომინირება, რომლებიც მომხმარებლებს უფასოდ სთავაზობენ კონტენტის ფართო სპექტრს.

ონლაინ მეკობრეობის არსებული მასშტაბი ბიზნესის შემოსავლებსა და ძირითადი ღირებულების ჯაჭვებში ინვესტიციების შესაძლებლობებს ყმემდეგი ფორმებით უქმნის საფრთხეს: (1) ადგილობრივი კინოპროდიუსერები ვერ უზრუნველყოფენ

სრულყოფილი მონეტიზაციის მოდელს, რადგან პროდუქციის უკანონო გავრცელების გამო, მათი გამოშვების შემდგომი შემოსავლები საფრთხის ქვეშაა; (2) მუსიკალური შემსრულებლები კარგავენ თავიანთ საქმიანობაში სერიოზული ინვესტირების სტიმულს; (3) აუდიოვიზუალური შინაარსის კანონიერი ონლაინ დისტრიბუტორები კონკურენციას ვერ უწევენ მეკობრეებს ფასის, შეთავაზებული პროდუქციისა და მომსახურების მრავალფეროვნების თვალსაზრისით; (4) კინოთეატრები ვერ ახერხებენ მომხმარებლების მოზიდვას, რადგან მომხმარებლები ხშირად ამჯობინებენ გამოიყენონ მეკობრული ვებ – გვერდების სერვისები, რაც ამცირებს სადისტრიბუციო ინდუსტრიის მიმზიდველობას ახალი კადრებისთვის და აფერხებს სექტორის შემდგომ განვითარებას; (5) მეკობრეობა აფერხებს ონლაინ მეწარმეობის განვითარებას, რადგან სარეკლამო ბაზრის მნიშვნელოვან დეფორმაციას იწვევს და კანონიერ ვებ – გვერდებს თავიანთი მომსახურების მონეტიზაციის საშუალებას არ აძლევს; (6) მეკობრეობამ მთლიანად შელახა საქართველოს რეპუტაცია, რაც რისკის ქვეშ აყენებს საერთაშორისო თანამშრომლობის შესაძლებლობას, როგორც უცხოელ პარტნიორებთან ერთობილივი წარმოების, ასევე უცხოელი კინოპროდიუსერების საქართველოში მოზიდვის თვალსაზრისით; და (7) ევროკავშირის აუდიოვიზუალური მედია სერვისების დირექტივასთან ჰარმონიზებამდე, საქართველო კარგავს ევროკავშირის დაფინანსებას Creative Europe-ის MEDIA ქვეპროგრამის ფარგლებში.

როგორც სამუშაო ჯგუფის დისკუსიების დროს აღინიშნა, მიუხედავად იმისა, რომ რეფორმები ასოცირდება პროგრესთან და ინოვაციებთან, ისინი იშვიათად ახდენენ „პარეტოს“ გაუმჯობესებას. მიუხედავად ამისა, ითვლება, რომ მოკლევადიან პერიოდში გარკვეული წაგების მიუხედავად, მეკობრეობის წინააღმდეგ ბრძოლის რეფორმა საბოლოოდ გამოიწვევს რომ იარსებოს უფრო ეფექტურმა, მეწარმეობაზე ორიენტირებულმა, ბიზნესისთვის ხელსაყრელმა, გამჭვირვალე, განჭვრეტადმა და ინკლუზიურმა საბაზრო გარემომ.

## 5.1 პოლიტიკის ალტერნატივების იდენტიფიკაცია და შეფასება

პოლიტიკის ალტერნატივების იდენტიფიცირებას საფუძვლად დაედო საერთაშორისო საუკეთესო პრაქტიკის ანალიზი, ასევე მნიშვნელოვანი როლი შეასრულა დაინტერესებულ მხარეებთან ინტერვიუების (იხ. დანართი 1) და სამუშაო ჯგუფის შეხვედრების (იხ. დანართი 2-3) დროს გამოკვეთილმა მოსაზრებებმა.

ზოგადად, მეკობრეობის საწინააღმდეგო, სამართლებრივი და მარეგულირებელი ჩარჩოს პოტენციური განვითარების ორი ძირითადი მიმართულება არსებობს: მოთხოვნის მხარე (მომხმარებლები) და მიწოდების მხარე (შესაბამისი სერვისების პირდაპირი და არაპირდაპირი მიმწოდებლები). საერთაშორისო საუკეთესო პრაქტიკის მიმოხილვამ (შეჯამებულია თავში 4.1), ასევე დაინტერესებულ მხარეებთან კონსულტაციებმა და სამუშაო ჯგუფის შეხვედრებმა აშკარად აჩვენა მიწოდების

მხარეს განხორციელებული ჩარევის ბევრად უფრო მაღალი ეფექტურობა და ეფექტიანობა.

მიუხედავად ამისა, მომხმარებელთა ცნობიერების ამაღლებისკენ მიმართული ქმედებები მეკობრეობის საწინააღმდეგო პოლიტიკის საყოველთაო ეფექტურობის უზრუნველსაყოფად ერთმნიშვნელოვნად განიხილებოდა, როგორც ძირითადი დამატებითი მოქმედებები. მართლაც, ცნობიერების ამაღლებისკენ მიმართული ღონისძიებები გადამწყვეტად მიიჩნეოდა არა მხოლოდ მომხმარებლების, არამედ მედიასაშუალებების, სარეკლამო სააგენტოების, საგამომიებო ორგანოებისა და სასამართლოების წარმომადგენლებისთვის.

იმისათვის, რომ შემცირდეს ინდუსტრიაზე მეკობრეობის უარყოფითი გავლენა გათვალისწინებული უნდა იქნას შემდეგი სამი შესაძლო ჩარევა:

(1) „მაუწყებლობის შესახებ“ საქართველოს კანონში საკანონმდებლო ცვლილებების მიღება, რაც გააფართოებს კომუნიკაციების ეროვნული კომისიის მარეგულირებელ მანდატს და მოითხოვს აუდიოვიზუალური მომსახურების ყველა გამომცხეებითი (“on-demand“) მიმწოდებლის ავტორიზაციას.

(2) უფრო მკაცრი სისხლის სამართლის სანქციების შემოღება (საქართველოს სისხლის სამართლის კოდექსში) საავტორო უფლებების დარღვევისთვის; საგამომიებო ორგანოების უფრო ეფექტური საგამომიებო საშუალებებით აღჭურვა (მაგალითად, მოსმენა) და პოტენციური დანაშაულებრივი ქმედებების თავიდან აცილება.

(3) საავტორო და მომიჯნავე უფლებების შესახებ საქართველოს კანონში საკანონმდებლო ცვლილებების განხორციელება, რომლებიც ინტერნეტ-პროვაიდერებს ვალდებულებას დააკისრებს, საავტორო უფლებების მფლობელის მიმართვის საფუძველზე, დროულად დახურონ ან შეზღუდონ წვდომა მეკობრულ კონტენტზე.

ზემოთ მოცემული პირველი ჩარევა აფართოებს აუდიოვიზუალური მედია მომსახურების განმარტებას და, დიდწილად, გამომცხეებითი კონტენტის მიმწოდებლებს, ისევე როგორც უკვე რეგულირებულ სატელევიზიო კომპანიებს, ავტორიზაციის მიღებამდე და ავტორიზაციის მიღების შემდგომ კონტროლს უწყებს. კონკრეტულად რომ ვთქვათ, სუბიექტები, რომლებსაც სურთ, თავიანთ მომხმარებლებს გამომცხეებითი მომსახურება შესთავაზონ, ვალდებულები იქნებიან, დაადასტურონ (კონტრაქტების, ნებართვებისა და ლიცენზიების საშუალებით), რომ მათ აქვთ აღნიშნული კონტენტის გავრცელების უფლება. კომუნიკაციების კომისიამ წარმატებით და თანმიმდევრულად შეასრულა მსგავსი მოთხოვნები არსებული მანდატის შესაბამისად რის შედეგადაც, სატელევიზიო, საკაბელო და სატრანზიტო მაუწყებლობა ამჟამად მეკობრეობისგან თავისუფალია; მათ მიერ დაგროვილი

გამოცდილება და დამყარებული ქსელები იმის მიმანიშნებელია, რომ საკანონმდებლო ცვლილებების მიღების შემთხვევაში, ეს ინიციატივა წარმატებით დასრულდება.

გამოითქვა მოსაზრება, რომ მეკობრეობის საწინააღმდეგო ყველაზე ეფექტური პოლიტიკა მოიცავს მთავარი (თუ არა ყველა) მეკობრული ვებგვერდების სინქრონულ და დროულ დახურვას. მეკობრეებთან გარკვეული სახის ლეგალიზაციის პროცესზე მოლაპარაკებების გამართვის ალტერნატიული სტრატეგია დაკავშირებულია რისკთან, რომ ადგილი ექნება სტრატეგიულ შეფერხებას, რაც მომხმარებლებზე, რომლებიც დროთა განმავლობაში კიდევ უფრო ეჩვევიან მეკობრული კონტენტის მოხმარებას, ეკონომიკური კურსის გაურკვევლობასა და პოტენციურ უარყოფით ზემოქმედებას გაზრდის.

მეორე პოტენციური ჩარევა, პოლიტიკის კორექტირების მიზნით, მეკობრეობისთვის სისხლის სამართლის პასუხისმგებლობასთან არის დაკავშირებული. დღეს საავტორო უფლებების ან მისი მომიჯნავე უფლებების ხელყოფა არ განიხილება სერიოზულ დანაშაულად და, უმეტეს შემთხვევაში, კლასიფიცირდება, როგორც დანაშაული, რომელიც ისჯება ჯარიმით, საზოგადოებისათვის სასარგებლო შრომით, შინაპატიმრობით ან სხვა შედარებით მსუბუქი სანქციით. მხოლოდ იმ შემთხვევაში, თუ დამნაშავე განმეორებით ჩაიდენს ასეთ დანაშაულს, მოქმედებს ჯგუფურად წინასწარი განზრახვით, ან განსაკუთრებით დიდი შემოსავლის მიღებას ისახავს მიზნად, მას ემუქრება სამ წლამდე თავისუფლების აღკვეთა<sup>11</sup>. გამოცდილებიდან გამომდინარე, ამგვარ მიდგომას აქვს ორი ძირითადი ნაკლი. პირველი ის, რომ მან ეფექტურად ვერ აიცილა თავიდან დანაშაული და არც ხელი შეუწყო სისხლის სამართლის საქმეების ეფექტურ გამოძიებას. ამას განაპირობებს დამნაშავეთა შესაძლებლობა, მუდმივად გადაიტანონ დანაშაულებრივი საქმიანობა ერთი ფიზიკური/იურიდიული პირიდან მეორეზე და ამით თავიდან აიცილონ ნებისმიერი სერიოზული სასჯელი. ამავდროულად, მეორე ხარვეზი დაკავშირებულია სამართალდამცავი ორგანოების შეუძლებლობასთან გამოიყენონ ის საგამოძიებო საშუალებები, რომელიც გამოიყენება მხოლოდ მძიმე დანაშაულის შემთხვევებში. საავტორო უფლებების ხელყოფის განზრახვის დამტკიცება კიდევ ერთი გამოწვევაა, რომლის გადალახვაც შესაბამისი პროცესის დროს რთულია. დაბოლოს, სამართალდამცავი ორგანოების კომპეტენტურობისა და ექსპერტიზის ნაკლებობა საავტორო უფლებებისა და მისი მომიჯნავე უფლებების დარღვევების გამოძიებასთან დაკავშირებით, ბუნებრივია, ამცირებს ამგვარი გამოძიების ეფექტურობას.

ზემოთ აღწერილი პოლიტიკის განხორციელების ჩარევის ბოლო მიმართულება გულისხმობს ირიბ გზას და გარკვეულ პასუხისმგებლობას აკისრებს ISP-ებს. ამჟამად, ისინი ვალდებული არიან უპასუხონ მხოლოდ კომუნიკაციების ეროვნული

---

<sup>11</sup> მუხლი 189, საქართველოს სისხლის სამართლის კოდექსი - [HTTPS://MATSNE.GOV.GE/EN/DOCUMENT/VIEW/16426?PUBLICATION=209](https://matsne.gov.ge/en/document/view/16426?publication=209)

კომისიის მოთხოვნებს, მაგრამ შემოთავაზებული მოდელი გულისხმობს პასუხისმგებლობის სფეროს გაფართოებას და საავტორო უფლებათა მფლობელთაგან მომდინარე მოთხოვნებზე რეაგირებას. ამგვარი პოლიტიკის შემუშავება საავტორო უფლებების მფლობელებს დამატებით საშუალებას მისცემს რომ სამოქალაქო სარჩელის მეშვეობით დაიცვან საკუთარი ინტერესები და მიიღონ ზიანის ანაზღაურება მაშინ, როცა მათი უფლებები დარღვეულია. განვმარტავთ: დღეს უფლებადამცველებს შეუძლიათ უჩივლონ მხოლოდ მოკობრული კონტენტის პირდაპირ მიმწოდებელს („პროვაიდერს“), რაც ხშირად შექმნილი სიტუაციიდან გამოსავალი არ არის, რადგან მეკობრეები მუშაობენ მარიონეტი, („პროქსი“) კომპანიების გამოყენებით, რომლებსაც საკუთარ სახელზე მნიშვნელოვანი აქტივები რეგისტრირებული არ აქვთ.

ზემოთ აღწერილი პასუხისმგებლობის დაკისრება ინტერნეტპროვაიდერებისთვის, გამოიწვევს მათთვის დამატებითი ადმინისტრაციული ხარჯების დაკისრებას და რისკებს, რომლებიც დაკავშირებულია მოთხოვნების სათანადოდ დაცვასთან. მეორე მხრივ, ვინაიდან საქართველოში ინტერნეტ პროვაიდერები ასევე წამყვანი მოთამაშეები არიან მედია ბაზარზე (ტელევიზორი და გამოძახებითი მიწოდება), ისინი ასევე არიან მეკობრეობის უშუალო მსხვერპლები<sup>12</sup> და შეიძლება ამ დამატებითი ხარჯების აღებაც მოისურვონ. გარდა ამისა, როგორც მეკობრეობის საწინააღმდეგო ცენტრის წარმომადგენლებმა აღნიშნეს, ძალიან მარტივია ფილმების და სერიალების მფლობელთა იდენტიფიცირება და, ამრიგად, ასეთი პასუხისმგებლობის დაცვა ISP- სთვის განსაკუთრებით ძვირი არ დაჯდება (იგივე შეიძლება არ იყოს მართალი მუსიკის შემთხვევაში).

დაბოლოს, უნდა აღინიშნოს, რომ საავტორო და მომიჯნავე უფლებების შესახებ კანონში შესაბამისი ცვლილებები მიმდინარეობს 2016 წლიდან, მაგრამ ისინი ჯერ კიდევ წარსადგენია პარლამენტისთვის. ჩვენი ინფორმაციით, ეს დაგეგმილია 2020 წლის შემოდგომის სესიებზე.

რომ შევაჯამოთ, ზემოთ აღწერილი მიწოდების მხარის პოლიტიკის სამი ჩარევა შექმნის მრავალგანზომილებიან სამართლებრივ ჩარჩოს, რომელიც არამარტო უზრუნველყოფს მარეგულირებელ ორგანოს ზედამხედველობისთვის აუცილებელი საშუალებებით, არამედ საშუალებას მისცემს უფრო ეფექტურად აღკვეთოს დანაშაული, და საჭიროების შემთხვევაში შეძლებს უზრუნველყოს სამართალდარღვევების სისხლის სამართლებრივი გამოძიება. დაბოლოს, უფლებათა მფლობელების სასიცოცხლო შესაძლებლობას მისცემს გარანტიას, მოითხოვონ შესაბამისი ზიანის ანაზღაურება სამოქალაქო სარჩელების მეშვეობით.

---

<sup>12</sup> ერთი სამაგალითო შემთხვევა, რომელიც დაკავშირებულია HBO სერიების უკანონო გავრცელებასთან (GAME OF THRONES), რომლის უფლებები ერთ-ერთ ქართულ ტვ-მაუწყებელს ჰქონდა შეძენილი.



მიწოდების მხარის ჩარევის გარდა, დაინტერესებულმა მხარეებმა ხაზი გაუსვეს ორი არარეგულირებადი ჩარევის მნიშვნელობას. პირველი, მომხმარებელთა ინფორმირებულობის ამაღლება აღიქმება, როგორც შემოთავაზებული პოლიტიკის ჩარჩოს ძირითადი კომპონენტი. სხვა დაინტერესებულ მხარეებთან პარტნიორობით, საქართველოს საწინააღმდეგო მეკობრეობის ცენტრმა უკვე შეიმუშავა და განახორციელა რამდენიმე ასეთი კამპანია. მეორე, იურიდიული კონტენტის უფრო ფართო ხელმისაწვდომობა, როგორც ინგლისურ, ასევე ქართულ ენებზე, რომელიც აღიქმებოდა, როგორც კიდევ ერთი ძირითადი წინაპირობა პოლიტიკის ჩარჩოს წარმატებით განხორციელებისთვის. ამ თვალსაზრისით, ქართულ ბაზარზე უკვე განხორციელდა გარკვეული საწყისი აქტივობები, როგორც ქართული, ასევე საერთაშორისო შინაარსის მომწოდებლების მეშვეობით. ამის მიუხედავად, სამომხმარებლო ცნობიერების ამაღლება და იურიდიული შინაარსის ფართო მასშტაბის ხელმისაწვდომობის მიღწევა საშუალოვადიან მიზნებს წარმოადგენს, რომლებიც მოითხოვს პოლისტიკურ და თანმიმდევრული პოლიტიკის მიდგომას, რასაც სახელმწიფო და არასამთავრობო ორგანიზაციები, საგანმანათლებლო დაწესებულებები და სხვა დაინტერესებული მხარეები ერთობლივად ატარებენ.

დაბოლოს: მიუხედავად განხორციელებასთან დაკავშირებული სირთულისა, პოლიტიკის სახით შეიძლება ღირდეს ისეთი რეგულაციების განხილვა, რომლებიც მეკობრეულ ვებგვერდზე რეკლამის განთავსებისთვის სანქციებს ითვალისწინებს. ასეთი ჩარევის პირდაპირ სამიზნეს ონლაინ მეკობრეობის მომგებიანობა წარმოადგენს, რაც მის მიმზიდველობას ამცირებს, რადგან მეკობრეების მონეტიზაციის ამჟამინდელი მოდელი მთლიანად რეკლამის შემოსავლებს ემყარება. პოლიტიკის ამ ალტერნატივის განხორციელება მოითხოვს კერძო და საჯარო სექტორების ინკლუზიურ მონაწილეობას და შეიძლება ყველა მონაწილის მიერ არ იყოს აღქმული სასურველი იმპერატიულობით. თუმცა, აშკარაა რომ კერძო სექტორს შეუძლია, ნებაყოფლობით შეიკავოს თავი ცნობილ მეკობრეულ ვებ – გვერდებზე რეკლამების განთავსებისაგან. ასეთი ნაბიჯები უკვე გადადგა რამდენიმე მსხვილმა ქართულმა კომპანიამ.

მოკლედ რომ ვთქვათ, პოლიტიკის მოკლე მიმოხილვის დოკუმენტი, რომელიც ეფუძნება ჩატარებული კვლევის და სამუშაო ჯგუფის წევრების რჩევა-მოსაზრებებს, რეკომენდაციას უწევს ქვემოთ ჩამოთვლილი პოლიტიკის პაკეტს:

1. "მაუწყებლობის შესახებ" საქართველოს კანონში შესწორებების შეტანა, გამომახებითი (on-demand) კონტენტის მიმწოდებლებისთვის (პროვაიდერისთვის) ავტორიზაციის მოთხოვნების შემოღება.
2. საქართველოს სისხლის სამართლის კოდექსში შესწორებების შეტანა საავტორო და მომიჯნავე უფლებების ხელყოფისთვის სასჯელის გამკაცრების მიზნით.

3. "საავტორო და მომიჯნავე უფლებების შესახებ" საქართველოს კანონში შესწორებების შეტანა, რაც ინტერნეტ მომსახურების მიმწოდებლებს (ISP) დაავალდებულებს, უპასუხონ უფლებების მფლობელთა მოთხოვნებს და მიიღონ აუცილებელი ზომები დარღვევის პროცესის შესაჩერებლად.

პოლიტიკის ამ სამ ვარიანტს, საგამოძიებო ორგანოების შესაძლებლობების გაძლიერებასთან ერთად, უნდა დაემატოს ძირითადად მომხმარებლების, მაგრამ აგრეთვე კერძო სექტორისა და მედიის წარმომადგენლების ცნობიერების ამაღლებისაკენ მიმართული აქტიური კამპანია.

## ბიბლიოგრაფია

- Adermon, A., & Liang, C. Y. (2014). Piracy and music sales: The effects of an anti-piracy law. *Journal of Economic Behavior & Organization*, 105, 90-106.
- Avery, P. (2008). *The economic impact of counterfeiting and piracy*. OECD Publishing.
- Blackburn, D., Eisenach, J. A., & Harrison JR, D. A. V. I. D. (2019). Impacts of Digital Video Piracy on the US Economy.
- Danaher, B., Smith, M. D., Telang, R., & Chen, S. (2014). The effect of graduated response anti-piracy laws on music sales: evidence from an event study in France. *The Journal of Industrial Economics*, 62(3), 541-553.
- Danaher, B., & Smith, M. D. (2014). Gone in 60 seconds: The impact of the Megaupload shutdown on movie sales. *International Journal of Industrial Organization*, 33, 1-8.
- Danaher, B., Hersh, J. S., Smith, M. D., & Telang, R. (2019). The effect of piracy website blocking on consumer behavior. *Available at SSRN 2612063*.
- Danaher, B., Smith, M. D., & Telang, R. (2020). Piracy Landscape Study: Analysis of Existing and Emerging Research Relevant to Intellectual Property Rights (IPR) Enforcement of Commercial-Scale Piracy.
- Ma, L., Montgomery, A., Singh, P., Smith, M.D. (2014). The Effect of Pre-Release Movie Piracy on Box Office Revenue. *Information Systems Research*. 25(3) 590-603.
- Olsberg•SPI. (2019a). *Best Practice in Screen Sector Development*. A Study from the Association of Film Commissioners International  
<https://d2pr6jkptl5mr9.cloudfront.net/afci/media/2019/10/08224749/AFCI-Best-Practice-Study-2019-09-13-Final-Cover.pdf>
- Olsberg•SPI. (2019b). *Global Film Production Incentives*. <https://www.o-spi.co.uk/wp-content/uploads/2019/06/Olsberg-SPI-Global-Incentives-White-Paper-Final-2019-06-04.pdf>
- Parloff, R. (2012). Megaupload and the Twilight of Copyright. *Fortune*, 166(2), 130-140.
- Peukert, C., Claussen, J., & Kretschmer, T. (2017). Piracy and box office movie revenues: Evidence from megaupload. *International Journal of Industrial Organization*, 52, 188-215.
- Telang, R. (2018). Does Online Piracy make Computers Insecure? Evidence from Panel Data. *Evidence from Panel Data (March 12, 2018)*.

## დანართი I: ინტერვიუების სია

N	სახელი	პოზიცია და ორგანიზაცია	თარიღი
1	ნოშრე ჩხაიძე	პროდიუსერი; კინოკლასტერის საბჭოს წევრი	20 თებერვალი
2	დავით ვაშაძე	კინოკლასტერის აღმასრულებელი დირექტორი & საბჭოს წევრი; საერთაშორისო ურთიერთობების დეპარტამენტის ხელმძღვანელი, საქართველოს კინომატოგრაფიის ეროვნული ცენტრი	19 თებერვალი
3	ნათია ნიკოლეიშვილი	კინოკლასტერის საბჭოს წევრი; აღმასრულებელი პროდიუსერი, Butterfly Films	21 თებერვალი
4	სოფო ბენდიაშვილი	კინოკლასტერის ბორდის წევრი; დირექტორი, 'ენკენი ფილმს'	20 თებერვალი & 2 მარტი
5	თორნიკე ზირაქიშვილი	აღმასრულებელი დირექტორი, აწარმოე საქართველოში	27 თებერვალი
6	თათია ბიძინაშვილი	პროგრამის 'გადაიღე საქართველოში' ხელმძღვანელი, აწარმოე საქართველოში	27 თებერვალი
7	ლიკა მეზვრიშვილი	საერთაშორისო ბიზნესის განვითარების უფროსი, Sarke Studio	19 თებერვალი
8	ვლადიმერ კაჭარავა	კინოკლასტერის საბჭოს წევრი; დირექტორი, 20 Steps Production	5 მარტი
9	ბესო კაჭარავა	დირექტორი, Post Red	24 თებერვალი
10	ზურაბ ბეჟაშვილი	დამფუძნებელი & აღმასრულებელი დირექტორი, საქართველოს ანტიმეკობრული ცენტრი	24 თებერვალი
11	ოთარ ბუბაშვილი	დამფუძნებელი & თავმჯდომარე, საქართველოს ანტიმეკობრული ცენტრი; დირექტორი, კინოთეატრების ქსელი "კავეა"	24 თებერვალი
12	ზაზა შენგელია	პრეზიდენტი, „ბრავო რეჟორდსი“	9 მარტი
13	ივანე მახარაძე	აუდიო-ვიზუალური მედიამომსახურეების რეგულირების დეპარტამენტის უფროსი, კომუნიკაციების კომისია	6 მარტი
14	ქეთი ბოჭორიშვილი	ეკონომიკისა და მდგრადი განვითარების მინისტრის ყოფილი მოადგილე	2 მარტი
15	ციაკო აბესაძე	დამფუძნებელი & საბჭოს წევრი, ქალები კინოსა და ტელევიზიაში	24 თებერვალი
16	ანა მიაჰშივა	დოკუმენტური ფილმების პროდიუსერი	25 თებერვალი

17	პატა გომიაშვილი	კინოკლასტერის ბორდის წევრი; დირექტორი, Phonography Studio	5 მარტი
18	ირაკლი ნადარეიშვილი	ეკონომიკისა და მდგრადი განვითარების მინისტრის მოადგილე	4 მარტი
19	მარი ხოხლენკო	კინოკლასტერის პროექტის მენეჯერი, GIZ	28 თებერვალი
20	გიორგი თავთაქიშვილი	ადვოკატი (ინტელექტუალური საკუთრების სამართალი), ინტელექტუალური საკუთრების სამართლის კომპანია „მიქაძე გეგეჭკორი თავთაქიშვილი“	2 მარტი
21	ქეთევან შენგელია	ხელმძღვანელი, შემოქმედებითი ევროპის „საქართველოს დესკი“	10 მარტი
22	ლაშა ხუციშვილი	ფინანსთა მინისტრის მოადგილე	4 მარტი
23	გიორგი კაკაურიძე	ფინანსთა მინისტრის მოადგილე	4 მარტი
24	ვატო ურუშაძე	კვლევითი მიმართულების კოორდინატორი, შემოქმედებითი საქართველო	10 მარტი
25	დინარა მაღლაკელიძე	მედია ქვეპროგრამის კოორდინატორი, შემოქმედებითი ევროპის „საქართველოს დესკი“	10 მარტი