

ონლაინ მეკობრეობის ხელისშემწყობი ფაქტორები, ონლაინ მეკობრეობა  
როგორც ბაზრის განვითარების მოტორი

ნიკოლოზი ესებუა

*სამაგისტრო ნაშრომი წარმოდგენილია ილიას სახელმწიფო უნივერსიტეტის  
ხელოვნებისა და მეცნიერების ფაკულტეტზე საჯარო პოლიტიკის  
ადმინისტრირების მაგისტრის აკადემიური ხარისხის მინიჭების მოთხოვნების  
შესაბამისად*

პროგრამა: საჯარო პოლიტიკის ადმინისტრირება

სამეცნიერო ხელმძღვანელი: არჩილ აბაშიძე, საჯარო პოლიტიკის ადმინისტრირების  
პროგრამის ხელმძღვანელი

ილიას სახელმწიფო უნივერსიტეტი

თბილისი, 2014

## სარჩევი

აბსტრაქტი .....	4
შესავალი .....	5
ინტერნეტი და ონლაინმეკობრეობა: პირველი ნაბიჯები და ეფექტები .....	7
სისტემა საავტორო უფლებების დასაცავად .....	7
მითები ეკონომიკურ ზარალზე .....	10
Viral ეფექტი - ახალი ბიზნესმოდელი მულტიმედია ინდუსტრიაში .....	12
ტენდენციური სტატისტიკა, რომელიც ტყუის .....	12
ინტელექტუალური საკუთრება ქართულ რეალობაში .....	14
საქართველო ევროკავშირის საავტორო უფლებების საკანონმდებლო ჭრილში .....	18
რა ახდენს გავლენას ონლაინმეკობრეობის იმ სახით განვითარებაზე, როგორითაც ის დღეს არსებობს და რა დადებითი და უარყოფითი შედეგების წინაშე დგას მულტიმედია ბაზარი .....	21
ონლაინმეკობრეობა, როგორც საფასო პოლიტიკის პრობლემა: კავშირი მულტიმედიის ფასებსა და მეკობრეობის ხარისხს შორის .....	21
ონლაინმეკობრეობა, როგორც ბაზრის განვითარების ხელსაწყო .....	22
არაეფექტიანი კანონმდებლობა, როგორც ონლაინმეკობრეობის ზრდის ხელისშემწყო ფაქტორი .....	24
ონლაინმეკობრეობა და მატერიალური დოვლათი: აზარალებს თუ არა ონლაინმეკობრეობა ეკონომიკას .....	26
ონლაინმეკობრეობა ქართულ რეალობაში: კანონმდებლობა, იმპლემენტაცია და მულტიმედია პროდუქციის ბაზარი .....	27
როგორ მუშაობს საავტორო უფლებების დაცვის კანონები საქართველოში .....	27
რას წარმოადგენს საავტორო უფლებათა დაცვის ასოციაცია .....	27

რა მდგომარეობაა ქართულ ინტერნეტბაზარზე ინტერნეტმეკობრეობის მხრივ.....	29
საკანონმდებლო ბაზა და კანონდსრულება საავტორო უფლებები .....	30
ანალიზი.....	31
დასკვნა.....	35
ბიბლიოგრაფია .....	37
დანართი .....	39

## აბსტრაქტი

ევროკომისიის ანგარიშში ონლაინმეკობრეობის შესახებ პირდაპირ არის მითითებული, რომ ეს ფენომენი და მისი მახასიათებლები ნაკლებად არის გამოკვლეული და გაგებული. ჩემი კვლევა ადგენს რომ ამკრძალავი კანონმდებლობა არ არის პირდაპირ კავშირში არალეგალური მულტიმედია პროდუქციის გავრცელებასთან, უფრო მეტიც ჰოლმის 2003 წლის კვლევის შედეგების მიხედვით არ არსებობს პირდაპირი კორელაცია ქვეყნის საკანონმდებლო ბაზასა (ის თუ რამდენად მკაცრად არის დაცული საავტორო უფლებები) და ონლაინმეკობრეობას შორის. მთავარ განმსაზღვრელ ფაქტორებად, ნაცვლად ამისა, გვევლინება თავად პროდუქციის ფასი და რომელიმე კონკრეტული ქვეყნის კულტურა. ასევე, ვადგენ, რომ მეკობრეობა მოტორია ინოვაციებისთვის და ბაზრის განვითარებისთვის და დადებითად აისახება საბოლოო ეკონომიკურ სურათზე, რაც გამოიხატება საყოველთაო დოვლათის გაზრდაში, იმ პოპულარული აზრის წინააღმდეგ, რომ საავტორო უფლებების დარღვევა ნეგატიურ ასახვას პოვებს ეკონომიკურ ზრდაზე. საბოლოოდ ვასკვნი, რომ მეკობრეობასთან "ბრძოლა" ყველაზე ეფექტიანი საკანონმდებლო ლიბერალიზაციით არის შესაძლებელი.