

1 Cel naukowy

Obserwowany w ostatnich dekadach rozwój techniczny, zwłaszcza upowszechniający się dostęp do Internetu, przyniósł rewolucyjną zmianę - pozyskiwanie, produkowanie i rozpowszechnianie treści bez wymaganej licencji stało się łatwiejsze niż kiedykolwiek. **Głównym celem proponowanego projektu jest pogłębienie wiedzy nt. ekonomicznych i społecznych wymiarów naruszeń praw własności intelektualnej (tzw. „piractwa”).** W ramach projektu zostanie przeprowadzona analiza psycho-socjo-ekonomiczna „pirata”. Ponadto, w oparciu o techniki eksperymentalne, opracowany zostanie katalog działań mogących ograniczać ewentualne negatywne skutki „piractwa” wraz z oszacowaniem skuteczności i efektywności tych rozwiązań, w zależności od specyfiki i skali zjawiska. Wnioski będą stanowić rekomendacje kierunkujące zmiany regulacji w stronę efektywnej wymiany treści w Internecie.

2 Znaczenie projektu

O ile obecnie branże dotknięte problemem „piractwa” starają się z nim walczyć głównie za pomocą środków technicznych (np. *Digital Rights Management*, znakowanie plików i wyszukiwanie użytkowników rozpowszechniających nielicencjonowane treści w Internecie, itp), coraz bardziej oczywiste staje się, że tego rodzaju mechanistyczne podejście nie może przynieść w pełni satysfakcjonujących wyników. Branże wydawnicza, rozrywkowa czy komputerowa dostrzegają, że powinny raczej zabiegać o zastąpienie zjawiska piractwa korzystną dla obu stron współpracą z użytkownikami. Wymaga to nowych modeli biznesowych, w szczególności bazujących na współtworzeniu treści przez użytkowników, a także kampanii społecznych budujących świadomość wagi ochrony praw własności intelektualnej oraz elastycznego podejścia do ścigania winnych. Proponowany projekt powinien stanowić wsparcie na tej niełatwej ścieżce.

Problem piractwa ma istotne znaczenie dla wielu klas produktów takich jak programy komputerowe (w tym gry), filmy, muzyka czy książki. Właśnie w branży księgarskiej ma obecnie miejsce fascynująca rewolucja techniczna (e-booki, audiobooki), w której kwestia zabezpieczenia treści zajmuje centralne miejsce. Ponadto, książkom poświęcono w dotychczasowej literaturze nt. piractwa relatywnie niewiele miejsca i wydaje się celowe uzupełnienie tego braku.

Należy przy tym podkreślić, że już sam komponent badawczy gwarantuje znaczący wkład w

rozwój ekonomii, niezależnie od tego, czy zaproponowane przez nas modele zostaną zastosowane w praktyce. Wartość dodana powstanie (i) w obszarze ekonomii behawioralnej i eksperymentalnej, ze względu na nowatorskie techniki badawcze i innowacje w zakresie struktury eksperymentów; oraz (ii) w obszarze ekonomii kultury, dzięki pogłębieniu zrozumienia mających wpływ na tę sferę procesów ekonomicznych.

3 Stan wiedzy

Badania na temat piractwa w Polsce są bardzo ograniczone. Dostępne są jedynie ogólne raporty bazujące na danych podawanych przez firmy, których problem piractwa dotyka bezpośrednio. Pojawia się zatem ryzyko konfliktu interesów - wydawcom w sposób oczywisty zależy na ekspozycji skali zjawiska, by uzasadnić nacisk na intensyfikację działań państwa.

Spośród wielu problemów poruszanych w literaturze światowej jedno wydaje się nie budzić wątpliwości: powody skłaniające ludzi do piractwa są złożone i obejmują wiele aspektów procesu podejmowania decyzji. Dorobek psychologii każe twierdzić, że zrozumienie środowiska, jakie ukształtowało piratów, ich nastawienia do życia, cech osobowości oraz czynników warunkujących ich zachowanie są niezbędne do stworzenia rzetelnej polityki redukującej naruszenie prawa. Wyniki dotychczasowych badań wyróżniają trzy główne aspekty: (i) cechy danego produktu (ii) czynniki indywidualne oraz (iii) czynniki społeczne.

Cena a piractwo. Zaczniemy od cech produktu: liczne badania wskazują na intuicyjnie oczywisty skutek ceny – im produkt jest droższy, tym bardziej konsument jest skłonny zdobyć w sposób nielegalny. Z drugiej strony, zgodnie z badaniami przeprowadzonymi przez Glass and Wood (1996), Gopal, Sanders, Bhattacharjee, Agrawal, and Wagner (2004) i Tang and Farn (2005), im wyższa jest cena oprogramowania, tym mniej chętnie kupujący dzieli się z nim nielegalnie z innymi.

Postrzegana użyteczność i ważność. Spośród czynników indywidualnych, badania zwracają uwagę na postrzeganą użyteczność (*perceived usefulness*) jako na zmienną, która może wpłynąć na zachowanie jednostki (Davis 1989). Bezpośredni związek pomiędzy postrzeganą użytecznością, postawą i intencjami jednostek został po raz pierwszy opisany przez (Davis and Bagozzi 1989) w Modelu Akceptacji Technologii (*Technology Acceptance Model*, TAM). Zgodnie analizą

przeprowadzoną przez (Tormos and García 2010), postrzegana użyteczność (rozumiana jako oszczędność czasu, pieniędzy, możliwość odsłuchania muzyki przed dokonaniem zakupu, dzielenie się muzyką z innymi etc.) wpływa bezpośrednio na skłonność konsumenta do nielegalnego kopiowania. Analogiczne wnioski otrzymali wcześniej w swoich badaniach Cheng, Sims, and Teegen (1997), Simpson, Banerjee, and Simpson (1994) oraz Goles, Jayatilaka, George, Parsons, and Chambers (2008). Z kolei Holm (2003) dowodzi, że osoby dla których wartość z posiadania oryginalnego utworu, podczas gdy kopia jest dostępna, jest niska, są bardziej skłonne do angażowania się w piractwo niż osoby, dla których wartość ta jest odpowiednio większa.

Postrzeżenie znaczenia problemu (*perceived importance*) jest kolejnym czynnikiem indywidualnym, który może wpłynąć na zaangażowanie jednostki w nielegalny obrót plikami. Niski moralny „ciężar” piractwa (Logsdon, Thompson, and Reid 1994) czyni zaangażowanie się w nie bardziej prawdopodobnym. Chociaż postrzeżenie znaczenia danego problemu jest często analizowane przez autorów, wyniki badań empirycznych są dwuznaczne. Badania przeprowadzone przez Al-Rafee and Cronan (2006) potwierdzają istotność tego czynnika, ale badanie (Tormos and García 2010) już nie.

Rola norm. Większość wczesnych prac bazowało na pojęciu norm subiektywnych (*subjective norm*) zdefiniowanych przez (Fishbein and Ajzen 1975) w teorii uzasadnionego działania (*Theory of Reasoned Action*, TRA). Według teorii uzasadnionego działania, działanie poprzedza *intencja*, która kształtuje się pod wpływem, między innymi, norm subiektywnych, czyli przekonań danego człowieka na ile jego działania będą akceptowane przez ważne dla tej jednostki osoby, którymi zazwyczaj są krewni lub znajomi. Tak więc, ważne dla danego człowieka osoby mogą wspomagać lub zniechęcać do danego działania w zależności od wyrażonej aprobaty lub dezaprobaty dla danego zachowania (De Matos, Ituassu, and Rossi 2007). Przeprowadzane badania wskazują na istotny wpływ norm subiektywnych na postawę jednostki względem piractwa komputerowego, np. (Al-Rafee and Cronan 2006) (Limayem and Khalifa 2004), (Tang and Farn 2005), (Peace, Galletta, and Thong 2003) lub (Tormos and García 2010).

Nie jest do końca jasne, czy *oceny moralne* wpływają na stosunek do nielegalnego kopiowania. Czynniki ten jest określany jako sposób reakcji danej osoby na dylemat moralny (Al-Rafee and Cronan 2006). Według (Kohlberg 1969) osoby o wysokiej ocenie moralnej oceniają swoje czyny i porównują je z dobrem społeczeństwa. A zatem, im wyższa ocena moralna danej osoby, tym

mniejsza będzie jej akceptacja dla piractwa. Ta hipoteza została potwierdzona przez (Benjamin 2002) i (Gopal, Sanders, Bhattacharjee, Agrawal, and Wagner 2004), lecz odrzucona przez (Al-Rafee and Cronan 2006). Czy zatem wszyscy jesteśmy skłonni ulegać pokusie kradzieży?

Drobne wykroczenia, wielkie straty. Eksperymenty badające nielegalne posiadanie produktów (na przykład skopiowanych płyt CD) potwierdziły, że w przeciwieństwie do zorganizowanej dystrybucji, która najczęściej związana jest z innymi działaniami przestępczymi, takie praktyki jak wymienianie się nielegalnymi plikami i rozpowszechnianie tychże w sieciach P2P pomiędzy znajomymi mają najczęściej miejsce wśród relatywnie wykształconych i zamożnych osób (na przykład studentów i intelektualistów) i korelują negatywnie z wiekiem Maffioletti and Ramello (2004).¹

Badania sugerują również, że kobiety mają wyższe standardy moralne niż mężczyźni (Ford and Richardson 2007). Sims and Cheng (1996) zauważył, że studenci kopiowali oprogramowanie częściej niż studentki².

Skuteczność odstraszenia. Przeprowadzone eksperymenty wyraźnie pokazały, że próby odstraszenia (podkreślanie przestępczego charakteru piractwa) mogą być skuteczne Gopal and Sanders (1997)³. Innym przykładem jest badanie przeprowadzone przez Grolleau, Mzoughi, and Sutan (2008). Artykuł ten jest rzadkim przykładem projektu łączącego badanie ankietowe z eksperymentem terenowym w celu zbadania wpływu wywierania dodatkowej presji moralnej na potencjalnego pirata. W szczególności, konsumenci byli informowani, iż część dochodów pochodzących z legalnej sprzedaży przeznaczana jest na wsparcie organizacji charytatywnych. Zachowanie pirackie byłoby zatem równoznaczne z okradaniem nie bogatych, a biednych. Wyniki eksperymentu uznać można za niejednoznaczne: wysokie i niskie, ale nie średnie datki na organizacje charytatywne wydają się zniechęcać do piractwa.

¹Literatura z zakresu etyki wskazuje, że starsi ludzie mają wyższe standardy moralne niż młodszy. (Barger, Kubitschek, and Barger 1998), (Ford and Richardson 2007). Z tego względu oczekuje się, że ludzie starsi będą mniej skłonni do podjęcia działań piractwa cyfrowego niż młodszy. Hipoteza ta została potwierdzona między innymi przez (Al-Rafee and Cronan 2006), (Gupta, Gould, and Pola 2004) oraz (Shim and Taylor 1988)

²Z drugiej strony, Al-Rafee and Cronan (2006) dochodzi do wniosku, że jeśli chodzi o stosunek do piractwa komputerowego nie ma różnicy pomiędzy studentami i studentkami.

³Również badanie przeprowadzone przez Wolfe, Higgins, and Marcum (2008), sugeruje, że obawa przed zainfekowaniem komputera może działać jako skuteczny środek odstraszący potencjalnego pirata

Rynek na piractwo. W świetle tych dwuznacznych wyników pojawia się zasadne pytanie: jakie są społeczne i ekonomiczne warunki, które wpływają na pojawienie się rynku na nielegalnie dystrybuowaną treść? Oczywiście, na początku trzeba znaleźć uzasadnienie dokonania jakiegokolwiek zakupu - legalnego bądź nielegalnego, a dopiero później ocenić korzyści i koszty każdego z tych wyborów. W literaturze problemu mamy różne podejścia, poczynając od podejścia radykalnego (Novos and Waldman (1984) gdzie autorzy prawie zupełnie pomijają zagadnienie złożoności zachowania kupującego zakładając, że kupi on zawsze płytę CD, albo oryginalną albo skopiowaną) do bardziej złożonego: Besen and Kirby (1989) stoją na stanowisku, że istnieje określona gotowość do zapłaty za płytę CD bądź inny produkt z treścią, przy czym konsumenci bardziej cenią sobie produkty oryginalne niż kopie, co potwierdza badanie eksperymentalne przeprowadzone przez citeasnounramello2004.

Innym podejściem jest uznanie wprost, że użyteczność każdego konsumenta rośnie wraz ze wzrostem całkowitej liczby uczestników, czyli rozpatrywanie tzw. „efektu sieciowego”, Reavis Conner and Rumelt (1991), Takeyama (1994) i Shy and Thisse (1999). (Liebowitz 1985) oraz (Liebowitz 2003) mówią o „efekcie eksplozji”, aby opisać jak nielegalne kopiowanie dóbr intelektualnych może ostatecznie przyczynić się do wyższej legalnej sprzedaży.⁴ Innym ważnym czynnikiem uznanym w literaturze przedmiotu jest tzw. *social learning* – przykład rodziny, przyjaciół i nauczycieli może mieć znaczący wpływ na prawdopodobieństwo popełniania różnych przestępstw komputerowych, w tym piractwa (Skinner and Fream 1997).

Podążając tropem rozumowania sugerowanego przez *social learning*, „efekty sieciowe” oraz „wielkość klubu”, możemy wysnuć wniosek sprzeczny z intuicją: w pewnych sprzyjających warunkach, nielegalna dystrybucja może mieć pozytywny efekt zarówno dla konsumentów jak i producentów (poprawa efektywności w rozumieniu Pareto). Wniosek ten jest szczególnie istotny w przypadku treści cyfrowych i ich dystrybucji oraz w przypadkach gdzie kreatywność użytkownika przekłada się na stworzenie nowej treści (np. internetowe stacje radiowe gdzie samemu można stworzyć audycje muzyczne do odbioru dla innych). Na podstawie badań eksperymentalnych Silva and Ramello (2000) twierdzą także, że na rynku muzycznym istnieje pewien rodzaj „efektu uzależnienia” i po upływie jakiegoś czasu w przewidywalnej perspektywie konsumenci

⁴Ważną rolę może również odgrywać efekt „wielkości klubu”, (Gopal, Sanders, Bhattacharjee, Agrawal, and Wagner 2004) - zdefiniował wielkość klubu jako chęć dzielenia się oryginalnym produktem z innymi członkami klubu w zamian za dostęp do nielegalnej kopii ulubionego utworu muzycznego. „Wielkość klubu” jest równoznaczna ze stwierdzeniem, że pieniądze zaoszczędzone na nielegalnym ściągnięciu pliku muzycznego stanowią istotną motywację do przystąpienia do „klubu”.

z niższej półki mogą stać się klientami z wyższej półki dzięki wcześniejszej konsumpcji. Innymi słowy, w pewnych warunkach obecna konsumpcja kopiowanych treści może zdeterminować przyszłe zakupy oryginalnych produktów⁵. Dotąd badacze nie podjęli także próby oszacowania faktycznej skali tych „potencjalnie pozytywnych” zjawisk, co byłoby fundamentalne z punktu widzenia modeli biznesowych. Wyniki analizy bazującej na modelach teoretycznych (August and Tunca 2008) sugerują, że wprowadzenie restrykcyjnej polityki antypirackiej może wpłynąć na spadek dobrobytu społeczeństwa. Podsumowując zatem, nawet jeśli mimo wszystko uznamy że powszechną postawą jest złodziejstwo własności intelektualnej, niektórzy z nas po jakimś czasie powracają do „właściwych” zachowań konsumenckich. Po jakim czasie? Jak wielu z nas? Czy można nas skutecznie do tej „poprawy” zachęcić? Oto niektóre z pytań, na jakie będzie możliwa odpowiedź w wyniku realizacji naszego projektu.

4 Koncepcja i plan badań

Naruszanie praw autorskich w Internecie jest zjawiskiem wieloaspektowym, narzucającym automatycznie triangulację przy użyciu różnych metod badawczych. W badaniu skupimy się jednak na badaniach ilościowych, podkreślając obiektywizm oraz stosowalność uzyskanych wyników. Jest to także zagadnienie wybitnie interdyscyplinarne, wymagające wiedzy z dziedzin IT, prawa, etyki, socjologii i ekonomii. Ta wielowymiarowość reprezentowana jest w naszym projekcie badawczym poprzez uwzględnienie ekonomii behawioralnej oraz eksperymentów w metodach badawczych. Proponowany projekt składać się będzie z kilku komplementarnych modułów.

4.1 Model teoretyczny

W tej części projektu zaproponujemy całościowy behawioralny model jednostki rozważającej akt piractwa. Odwołując się do przedstawionego przeglądu literatury, mamy świadomość, że decyzja tego rodzaju zależy od wielu aspektów. Po pierwsze, nielegalne ściąganie i udostępnianie plików wiąże się z ryzykiem wykrycia i ukarania. Stosunek do ryzyka oraz postrzegane prawdopodobieństwo kary wiążą się ze skłonnością do piractwa. Po drugie, rolę mogą odgrywać preferencje społeczne, skoro ściąganie pliku za darmo pozbawia przychodu sprzedawcę. Będziemy więc zakładać, że intensywność tego rodzaju względów może być skorelowana z postrzeganą

⁵Szerszy przegląd literatury prezentuje Ramello (2005), a zagadnienia dotyczące w szczególności praw autorskich dostępne są w Watt (2000).

zamożnością beneficjenta przychodów z legalnej sprzedaży oraz rolą świadomości konsumenta na temat faktycznej „mapy” beneficjentów. Po trzecie, w modelu uwzględnione zostaną wzajemne relacje pomiędzy użytkownikami, w tym chęć odwzajemniania się innym, także dzielącym się „swoimi” plikami. Ponadto, w modelu zostaną uwzględnione również i inne czynniki indywidualne i społeczne wymienione w części dotyczącej stanu wiedzy. Główną wartość dodaną naszego modelu wobec istniejącej literatury (Varian 2005), (Boldrin and Levine 2002) i innych modeli omawianych wcześniej stanowi fakt, że model będzie oparty na interdyscyplinarnej podstawie ekonomii behawioralnej. W oparciu o model przewidujący postępowanie internautów określimy z kolei przewidywaną efektywność różnych modeli biznesowych.

4.2 Badania ankietowe on-line

Badania ankietowe mają na celu opisanie ekonomicznego i psychologicznego profilu typowego pirata. Przeprowadzone zostaną badania uwzględniające zmienne demograficzne i społeczne, miary cech psychicznych powiązanych z zachowaniami nieuczciwymi, postawy wobec piractwa i wreszcie pirackie zachowania.

Bardziej wnikliwe badania dotyczyć będą próby prawdopodobnie dopuszczającej się piractwa (por. sekcja metodologiczna). Będziemy poszukiwać odpowiedzi na pytanie w jaki sposób rozwinęło się u nich permissywne podejście do zagadnienia oraz będziemy starali się poznać ich indywidualną „historię piractwa”. Będziemy także pytać o warunki, w których byliby potencjalnie skłonni zaprzestać tej działalności. Konstrukcja wszystkich badań ankietowych będzie uwzględniać postać modelu teoretycznego, uwzględniając jego weryfikację.

Badanie to będzie miało charakter innowacyjny z kilku względów. Po pierwsze, poprzednie badania na ogół wykorzystywały próbki studentów. Po drugie, nie skupiały się selektywnie na użytkownikach-faktycznych piratach. Po trzecie, większość badań akademickich z tej dziedziny wykonano w Stanach Zjednoczonych, Europie Zachodniej lub Azji Wschodniej. Brakuje badań z obszaru Europy Środkowo-Wschodniej, choć aspekty kulturowe mogą radykalnie wpływać na problematykę piractwa.

4.3 Eksperymenty

O ile badania ankietowe i terenowe mogą pomóc nam określić cechy typowego pirata oraz ich liczbę, kontrolowane eksperymenty terenowe (Harrison and List 2004) pozwalają określić skuteczność potencjalnych metod przeciwdziałania negatywnym skutkom piractwa, które może podjąć społeczeństwo lub dana branża. Dodatkowo, mogą one pomóc zidentyfikować ewentualną niechęć do udzielania w badaniu ankietowym prawdziwych informacji na ten delikatny temat. Jak wynika z zamieszczonego wcześniej przeglądu literatury, dotychczas wykonano niewiele eksperymentów w tej dziedzinie. Zamierzamy przeprowadzić kilka różnych typów eksperymentów.

Po pierwsze, będziemy manipulować sformułowaniem przesłania, jakie Użytkownik otrzymuje kupując produkt bądź korzystając z niego. W szczególności badać będziemy skuteczność gróźb, („naruszenia będą karane ...”) wezwań do zachowania zasad etyki („piractwo stanowi kradzież ...”), przez porównanie ze standardową sytuacją jako punktem odniesienia.

Dodatkowo, dokonywane będą systematycznie manipulowane odsłony informacji nt. częstotliwości piractwa, pozwalające zbadać dwa przeciwne efekty – świadomość skali problemu może spowodować wzięcie go poważniej ale zarazem być wymówką, skoro „każdy to robi”.

Po drugie, będziemy eksperymentalnie modyfikować warunki zakupu produktu. Szczególnie interesujące jest w tym kontekście egzogeniczne manipulowanie cenami. Po pierwsze, w ramach systemu stałych cen, badać będziemy efekt ich wysokiego lub niskiego poziomu. W ten sposób będziemy mogli zweryfikować występujące w literaturze twierdzenie, że wysokie ceny zachęcają do nielegalnego ściągania plików, ale zniechęcają do dzielenia się nimi. Po drugie, zbadamy schemat cenowy typu „zapłać ile chcesz” (ang. *Pay-What-You-Want*), który jest ostatnio przedmiotem dużego zainteresowania badaczy (Regner and Barria 2009), (Gneezy, Gneezy, Nelson, and Brown 2010), (Riener and Traxler 2010). Ta linia eksperymentów pozwoli nam zbadać wpływ strategii cenowych na nielegalne ściąganie i udostępnianie plików.

Dodatkowo przeprowadzone zostaną także eksperymenty laboratoryjne. Będą one służyły jako badania pilotażowe dla eksperymentów terenowych a także pozwolą rozważać manipulacje, które nie byłyby możliwe do przeprowadzenia w sieci. Przykładowo, w laboratorium będziemy badać wpływ zmian wielkości grupy dzielącej się plikami, wpływ użyteczności danego dobra oraz wpływ długości okresu obowiązywania praw autorskich.

5 Metodyka

W tej sekcji omawiamy szczegóły metodologiczne proponowanych badań

Badania ankietowe Jak wspomniano, badania ankietowe zostaną przeprowadzone na dwóch próbach. Pierwszą z nich będzie reprezentatywna próba polskich internautów. Badanie to zostanie zlecone firmie badawczej specjalizującej się w badaniach internetu.

Drugi typ badań, dających głębszy wgląd w psychospołeczne przesłanki interesujących nas zachowań, będzie skupiać się na wybranych grupach użytkowników Internetu, którzy (najprawdopodobniej) dopuszczają się naruszeń praw autorskich. Do udziału zostaną mianowicie zaproszeni użytkownicy wysyłający do wyszukiwarek internetowych zapytania sugerujące chęć skorzystania z darmowych, nielegalnych wersji plików (co zostanie zrealizowane przy pomocy usługi Google AdWords). Dzięki temu możliwe stanie się badanie wyselekcjonowanych osób – w większości dopuszczających się naruszeń prawa autorskiego w Internecie lub gotowych to zrobić.

Eksperymenty terenowe Zaproponowane eksperymenty terenowe będą realizowane w ścisłej współpracy z Partnerami Biznesowymi. Z trzema z nich podpisaliśmy już listy intencyjne. Przykładowo, w ramach współpracy z Wolters Kluwer Polska, będziemy manipulować informacjami na temat dozwolonego wykorzystania e-booków (groźba vs. wezwanie moralne itd.) i monitorować pochodzenie nielegalnych kopii znajdujących w sieci w celu oszacowania liczby naruszeń w poszczególnych grupach eksperymentalnych.

Proponowane interwencje są zatem w duchu badań skupiających się na technikach egzekwowania bieżącej regulacji zobowiązań podatkowych (Fellner, Sausgruber, and Traxler 2009). Podobne podejście nie było jednak dotąd stosowane w odniesieniu do zagadnienia piractwa, nasze badanie jest więc całkowicie innowacyjne.

Eksperymenty laboratoryjne Podstawowy schemat eksperymentalny będzie stawiał badanych przed opcją kupna pliku (rzeczywistego lub wykreowanego w laboratorium), po czym możliwe będzie podzielenie się nim z pozostałymi uczestnikami grupy. Jak wynika z przeglądu literatury, byłaby to jedna z pierwszych systematycznych prób podjęcia tematyki piractwa w laboratorium ekonomicznym.

6 Efekty

Wyniki projektu komunikowane będą środowisku naukowemu za pośrednictwem następujących kanałów:

- Anglojęzycznej i polskojęzycznej wersji strony internetowej projektu, na której zamieszczane będą podstawowe informacje nt. przesłanek teoretycznych i metodologii użytej w badaniach oraz ich wyniki, w miarę pojawiania się. Będą one przybierały formy *working papers*, uzupełnionych o zbiory danych (z poszanowaniem prawa do tajemnicy handlowej Partnerów Biznesowych) oraz wszelkie wykraczające poza typowe ramy publikacji materiały i informacje dotyczące metodologii, próby itd.
- Artykułów w recenzowanych czasopismach międzynarodowych
- Artykułów w polskich czasopismach naukowych dla aspektów badań mających tylko lokalne znaczenie
- Prezentacji wyników na krajowych i międzynarodowych konferencjach naukowych, takich jak spotkania American Association of Law and Economics, European Association of Law and Economics.
- Materiałów popularnonaukowych skierowanych do mediów i biznesu.
- Końcowego raportu z badań

Literatura

AL-RAFEE, S., AND T. P. CRONAN (2006): “Digital Piracy: Factors that Influence Attitude Toward Behavior ,” *Journal of Business Ethics*, 63, 237–259.

AUGUST, T., AND T. TUNCA (2008): “Let the pirates patch? an economic analysis of network software security patch restrictions,” *Information Systems Research*, 19(1), 48–70.

BARGER, R. N., W. N. KUBITSCHKEK, AND J. C. BARGER (1998): “Do Philosophical Tendencies Correlate with Personality Types?,” *Reports - Research; Speeches/Meeting Papers*.

- BENJAMIN, T. (2002): “Understanding consumer ethical decision making with respect to purchase of pirated software.,” *The Journal of Consumer Marketing*, 19(2), 96–111.
- BESEN, S. M., AND S. N. KIRBY (1989): “Private Copying, Appropriability, and Optimal Copying Royalties,” *Journal of Law & Economics*, 32(2), 255–80.
- BOLDRIN, M., AND D. LEVINE (2002): “The case against intellectual property,” *American Economic Review*, pp. 209–212.
- CHENG, H. K., R. R. SIMS, AND H. TEEGEN (1997): “To Purchase or to Private Software: An Empirical Study,,” *Journal of Management Information Systems*, 13(4), 49–60.
- DAVIS, F. D. (1989): “Perceived usefulness, perceived ease of use, and user Acceptance of Information Technology,” *MIS Quarterly*, 13(3), 319–340.
- DAVIS, F. D., AND P. R. BAGOZZI, R. P. AND Y WARSHAW (1989): “User acceptance of computer technology: A comparison of two Theoretical Models,” *Management Science*, 35(8), 982 – 1003.
- DE MATOS, C. A., C. T. ITUASSU, AND C. A. V. ROSSI (2007): “Consumer attitudes toward counterfeits: A review and extension,” *Journal of Consumer Marketing*, 24(1), 36 – 47.
- FELLNER, G., R. SAUSGRUBER, AND C. TRAXLER (2009): “Testing Enforcement Strategies in the Field: Legal Threat,” *Moral Appeal and Social Information*.
- FISHBEIN, M., AND I. AJZEN (1975): “Belief, attitude, intention and behavior :An introduction to theory and research,” .
- FORD, R., AND W. RICHARDSON (2007): “Ethical Decision Making: A Review of the Empirical Literature,” *Journal of Business Ethics*, 13(3), 205–221.
- GLASS, R. S., AND W. A. WOOD (1996): “Situational Determinants of Software Piracy: An Equity Theory Perspective,” *Journal of Business Ethics*, 15(11), 1189–1198.
- GNEEZY, A., U. GNEEZY, L. NELSON, AND A. BROWN (2010): “Shared Social Responsibility: A Field Experiment in Pay-What-You-Want Pricing and Charitable Giving,” *Science*, 329(5989), 325.

- GOLES, T., B. JAYATILAKA, B. GEORGE, L. PARSONS, AND D. R. B. CHAMBERS, V. AND TAYLOR (2008): “Softlifting: Exploring determinants of attitude,” *Journal of Business Ethics*, 77(4), 481–499.
- GOPAL, R., AND G. SANDERS (1997): “Preventive and deterrent controls for software piracy,” *Journal of Management Information Systems*, 13(4), 29–47.
- GOPAL, R. D., G. L. SANDERS, S. BHATTACHARJEE, M. AGRAWAL, AND S. WAGNER (2004): “A Behavioral Model of Digital Music Piracy,” *Journal of Organizational Computing and Electronic Commerce*, 14(2), 89–105.
- GROLLEAU, G., N. MZOUGH, AND A. SUTAN (2008): “Please do not pirate it, you will rob the poor! An experimental investigation on the effect of charitable donations on piracy,” *Journal of Socio-Economics*, 37(6), 2417–2426.
- GUPTA, P., S. GOULD, AND B. POLA (2004): ““To Pirate or Not to Pirate”: A Comparative Study of the Ethical Versus Other Influences on the Consumer’s Software Acquisition-Mode Decision,” *Journal of Business Ethics*, 55(3), 255–274.
- HARRISON, G., AND J. LIST (2004): “Field experiments,” *Journal of Economic Literature*, 42(4), 1009–1055.
- HOLM, H. (2003): “Can economic theory explain piracy behavior?,” *The BE Journal of Economic Analysis and Policy*, 3(1), 5.
- KOHLBERG, L. (1969): “Stages and Sequence: The Cognitive-Developmental Approach to Socialization, in Handbook of Socialization Theory and Research,” .
- LIEBOWITZ, S. J. (1985): “Copying and Indirect Appropriability: Photocopying of Journals,” *Journal of Political Economy*, 93(5), 945–57.
- (2003): “The economics of copyright: developments in research and analysis,” .
- LIMAYEM, M., AND M. KHALIFA (2004): “Factors Motivating Software Piracy: A Longitudinal Study ,” *Engineering Management*, 51(4), 414–424.
- LOGSDON, J., J. THOMPSON, AND R. REID (1994): “Software piracy: Is it related to level of moral judgment?,” *Journal of Business Ethics*, 13(11), 849–857.

- MAFFIOLETTI, A., AND G. B. RAMELLO (2004): “Should We Put Them In Jail? Copyright Infringement, Penalties and Consumer Behaviour Insights from Experimental Data,” *Review of Economic Research on Copyright Issues*, 1(2), 81–95.
- NOVOS, I. E., AND M. WALDMAN (1984): “The Effects of Increased Copyright Protection: An Analytic Approach,” *Journal of Political Economy*, 92(2), 236–46.
- PEACE, A. G., D. F. GALLETTA, AND J. Y. THONG (2003): ““Software piracy in the workplace: A model and empirical test.,” *Journal of Management Information Systems*, 20(1), 153–177.
- RAMELLO, G. B. (2005): “Intellectual Property and the Markets of Ideas,” *Review of Network Economics*, 4(2), 161–180.
- REAVIS CONNER, K., AND R. RUMELT (1991): “Software Piracy: An Analysis of Protection Strategies,” *MANAGEMENT SCIENCE*, 37(2), 125–139.
- REGNER, T., AND J. BARRIA (2009): “Do Consumers Pay Voluntarily? The Case of Online Music,” *Journal of Economic Behavior and Organization*, 71(2), 395–406.
- RIENER, G., AND C. TRAXLER (2010): “Longitudinal evidence on payments in a Pay-As-You-Wish restaurant,” *Mimeo*.
- SHIM, J., AND G. TAYLOR (1988): “Business faculty members’ perceptions of unauthorized software copying,” *OR/MS Today*, 15(5), 30–31.
- SHY, O., AND J.-F. THISSE (1999): “A Strategic Approach to Software Protection,” *Journal of Economics & Management Strategy*, 8(2), 163–190.
- SILVA, F., AND G. B. RAMELLO (2000): “Sound Recording Market: The Ambiguous Case of Copyright and Piracy,” *Industrial and Corporate Change*, 9(3), 415–42.
- SIMPSON, P. M., D. BANERJEE, AND C. L. SIMPSON (1994): “Softlifting: A Model of Motivating Factors,” *Journal of Business Ethics*, 13(6), 431–438.
- SIMS, R., AND H. CHENG (1996): “Toward a Profile of Student Software Pirates,” *Journal of Business Ethics*, 15(8), 839–849.

- SKINNER, W., AND A. FREEM (1997): "A social learning theory analysis of computer crime among college students," *Journal of Research in Crime and Delinquency*, 34(4), 495.
- TAKEYAMA, L. N. (1994): "The Welfare Implications of Unauthorized Reproduction of Intellectual Property in the Presence of Demand Network Externalities," *Journal of Industrial Economics*, 42(2), 155–66.
- TANG, J.-H., AND C.-K. FARN (2005): "The effect of interpersonal influence on softlifting intention and behaviour.," *Journal of Business Ethics*, 56(2), 149–161.
- TORMOS, D. L., AND M. C. GARCÍA (2010): "INTERNET MUSIC PIRACY. AN EMPIRICAL STUDY OF CONSUMER INTENTION," *Paper presented on the 16th International Conference on Cultural Economics by The Association for Cultural Economics International*.
- VARIAN, H. (2005): "Copying and copyright," *The Journal of Economic Perspectives*, 19(2), 121–138.
- WATT, R. (2000): *Copyright and Economic Theory: Friends or Foes?* Cheltenham UK and Northampton, MA, Edward Elgar.
- WOLFE, S., G. HIGGINS, AND C. MARCUM (2008): "Deterrence and Digital Piracy," *Social Science Computer Review*, 26(3), 317–333.