

UNIVERZA V LJUBLJANI  
EKONOMSKA FAKULTETA

DIPLOMSKO DELO

OGROŽENOST GLASBENE INDUSTRIJE  
ZARADI DIGITALIZACIJE ZVOČNEGA ZAPISA

Ljubljana, oktober 2003

KLEMEN KOZJEK

## IZJAVA

Študent Kozjek Klemen izjavljam, da sem avtor tega diplomskega dela, ki sem ga napisal pod mentorstvom doc. dr. Feldin Aljoše in dovolim objavo diplomskega dela na fakultetnih spletnih straneh.

V Ljubljani, dne 22. 10. 2003.

Podpis:

---

## KAZALO

<b>1. UVOD</b> .....	<b>1</b>
<b>2. PRAVNI OKVIR</b> .....	<b>2</b>
2.1. AVTORSKO PRAVO .....	2
2.2. SLOVENSKI ZAKON O AVTORSKI IN SORODNIH PRAVICAH .....	2
2.3. UVELJAVLJANJE PRAVIC .....	4
2.4. MEDNARODNE POGODBE .....	5
2.5. DIGITALIZACIJA .....	6
2.6. PRIHODNOST AVTORSKEGA PRAVA .....	7
<b>3. GLASBENA INDUSTRIJA</b> .....	<b>9</b>
3.1. STRUKTURA GLASBENE INDUSTRIJE .....	9
3.1.1. Lastniki pravic .....	10
3.1.2. Trgovci na drobno, mediji in storitvena podjetja .....	11
3.2. GLASBENI TRG .....	12
3.2.1. Glasbeno založništvo .....	13
3.2.1.1. Viri dohodkov .....	13
3.2.2. Fonogramska industrija .....	14
3.2.2.1. Značilnosti in velikost trga .....	15
<b>4. PIRATSTVO</b> .....	<b>18</b>
4.1. IZVOR IMENA .....	18
4.2. VRSTE .....	19
4.2.1. Komercialno fizično piratstvo .....	20
4.2.1.1. Vrste piratskih nosilcev .....	20
4.2.1.2. Zemljepisna porazdelitev .....	23
4.2.1.3. Ugotovitve .....	25
4.2.2. Digitalno piratstvo .....	25
4.2.2.1. Opredelitev .....	25
4.2.2.2. MP3 .....	26
4.2.2.3. Obseg internetne izmenjave datotek .....	27
4.2.2.4. Obnašanje potrošnikov .....	27
4.2.3. Nedovoljeno domače reproduciranje ali zasebno fizično piratstvo .....	29
4.3. POSLEDICE PIRATSTVA .....	30
<b>5. UKREPI</b> .....	<b>31</b>
5.1. IZOBRAŽEVANJE IN PODOBA GLASBENE INDUSTRIJE .....	32
5.2. TEHNOLOŠKI UKREPI .....	33
5.3. NOVI FORMATI .....	34

5.4. LEGALNA SPLETNA DISTRIBUCIJA GLASBE .....	35
5.4.1. Prihodnost digitalne distribucije .....	37
5.4.2. Posledice razvoja digitalne distribucije .....	39
5.4.2.1. <i>Infrastruktura</i> .....	39
5.4.2.2. <i>Način uporabe</i> .....	39
5.4.2.3. <i>Sestava trga - singli v primerjavi z albumi</i> .....	40
5.4.2.4. <i>Dobički</i> .....	40
5. 5. CENA CD-JA .....	41
5. 6. OSTALO .....	41
<b>6. SKLEP .....</b>	<b>43</b>
<b>LITERATURA .....</b>	<b>44</b>
<b>VIRI .....</b>	<b>44</b>

## 1. UVOD

Glasbena industrija je v težavah. Nosilci zvoka se v zadnjih letih vse slabše prodajajo in nič ne kaže, da bo v kratkem kaj bolje. Krivec za nastalo situacijo so digitalne tehnologije, ki praktično vsakomur omogočajo enostavno in poceni kopiranje glasbe. Internetni priključek in zapisovalnik CD-jev sta namreč v razvitem svetu v zadnjih nekaj letih postala povsem vsakdanja pripomočka. Na drugi strani nizka kupna moč v povezavi s slabo zakonodajo in izvajanjem le-te spodbuja organizirano piratstvo v manj razvitih delih sveta. Nobena skrivnost ni, da panoga ustrezne rešitve ta trenutek ne pozna. Za lažje razumevanje navidez brezizhodnega položaja, je potreben natančnejši vpogled v delovanje glasbenega posla.

V ta namen bom na začetku predstavil pravni vidik odnosov med udeleženci s poudarkom na slovenski zakonodaji in mednarodnih konvencijah. Teorijo bodo dopolnili odmevnejši primeri sodne prakse v zadnjem obdobju, ki bodo ključnega pomena za nadaljnje dogajanje. Drugo poglavje je namenjeno oceni trenutnega stanja na glasbenem trgu v kateri sta fonogramska industrija in glasbeno založništvo obravnavana ločeno. Omenjeni so tudi preostali dejavniki, ki poleg piratstva vplivajo na zmanjšanje prodaje. Sledi podroben opis vseh vrst piratstva in ocena škode, ki jo povzročajo. Na koncu predlagam nekatere rešitve in predvidevam nadaljnji razvoj dogodkov na področju spletne distribucije glasbe.

## 2. PRAVNI OKVIR

### 2.1. AVTORSKO PRAVO

Avtorsko pravo je instrument za varstvo in spodbudo človekove ustvarjalnosti, ki v glasbeni industriji ščiti vse ključne udeležence, tako avtorje in izvajalce kot tudi proizvajalce fonogramov in založnike. Omenjenim subjektom omogoča vlaganje kreativnega dela in drugih sredstev, hkrati pa preprečuje udeležbo nepoklicanih v finančnem rezultatu te dejavnosti. Obenem zagotavlja, da lastniki pravic odločajo o uporabi svojega dela. Najkrajša in najbolj zgoščena definicija avtorskega dela je, da gre za stvaritev, ki je izražena. Domača in tuja zakonodaja, sodna praksa in pravna teorija so iz te podlage izoblikovale pet obveznih predpostavk za obstoj avtorskega dela (Trampuž, 2000, str. 82-85):

1. Stvaritev – Ustvarjalna dejavnost neke konkretne osebe pripelje do nastanka dela.
2. Področja ustvarjalnosti – Delo pripada kategorijam znanosti, književnosti ali umetnosti.
3. Duhovnost – Gre za delo človekovega duha, duhovno stvaritev, ki izraža misli, sporočila, občutke.
4. Izraženost – Delo je zaznavno za zunanji svet.
5. Individualnost – Izvirnost je najpomembnejša predpostavka okrog katere se v praksi vrti večina sporov.

Avtorskega dela ni potrebno registrirati, avtorska pravica namreč nastane oziroma pripada avtorju s trenutkom stvaritve, in za obstoj ne potrebuje nikakršnih dodatnih dejanj. To je bistvena razlika v primerjavi s pravicami industrijske lastnine, ki jih je po ustvaritvi še potrebno pridobiti s formalnimi postopki.

Nespoštovanje avtorskih pravic ni izum digitalne dobe, saj avtorska dela kopirajo, odkar ta obstajajo. Avtorji, ki so bili v začetku prepuščeni sami sebi, dolgo časa hudih težav z avtorsko krajo niso imeli, saj bi bilo treba avtorska dela, npr. knjige, prepisovati ročno. Skratka, piratstvo se ni izplačalo. Z izumom tehnologij za množično reproduciranje je razmnoževanje postalo cenejše in možnost kopiranja je bilo potrebno omejiti, saj bi sicer lahko to delali vsi. Danes je ekonomski pomen avtorskega prava večji kot kdajkoli prej, saj predstavlja osnovo za obstoj desetine milijonov delovnih mest po vsem svetu.

### 2.2. SLOVENSKI ZAKON O AVTORSKI IN SORODNIH PRAVICAH

Mehanizem varovanja avtorskih pravic v glasbeni industriji je podan v Zakonu o avtorski in sorodnih pravicah (ZASP) iz leta 1995, ki je v času svojega nastanka po mnenju Adolfa Dietza, avtorja modela evropskega vzorčnega zakona, veljal za odličen primer avtorsko-pravne zakonodaje (Trampuž, 2000, str. 41).

Zakon ureja pravice naslednjih subjektov:

1. pravica avtorja na njegovih delih, to je **avtorska** pravica,
2. pravice izvajalcev, proizvajalcev fonogramov, RTV organizacij in založnikov, ki so **sorodne** pravice.

**Avtorska pravica** je skupen izraz za številna upravičenja, ki avtorju zagotavljajo uresničevanje premoženjskih (materialnih) in osebnih (moralnih) interesov v zvezi z uporabo avtorskega dela. Poenostavljeno rečeno, izvirajo iz nje moralne, materialne in druge pravice avtorja.

**Moralne** avtorske pravice ali osebnostna upravičenja varujejo duhovne in osebne interese avtorja na njegovem delu. Avtorju omogočajo pravico odločati, ali in kako se bo njegova stvaritev objavila. Obenem mu ob objavi zagotavljajo možnost navedbe avtorstva in ščitijo njegovo delo pred skazitvijo.

**Materialne** avtorske pravice dajejo avtorju monopol nad posameznimi oblikami izkoriščanja njegovega dela. Svoje materialne interese lahko uresniči tako, da sam izkorišča svoje delo ob izključitvi vseh drugih ali da dopusti izkoriščanje svojega dela komu drugemu v zameno za plačilo. V zadnjem času se materialne avtorske pravice ne nanašajo več zgolj na izkoriščanje avtorskega dela, ampak tudi na določene oblike razpolaganja s primerki avtorskega dela. Avtor odloča o uporabi stvaritve in v okviru zakona zahteva ustrezno nadomestilo pri vseh oblikah uporabe njegovega dela. To je lahko uporabljeno na več načinov, z reproduciranjem, distribucijo, najemom, javnim izvajanjem, s predvajanjem nosilcev, z RTV oddajanjem, s predelovanjem, prirejanjem...

V skupini **drugih** pravic je najbolj poznana pravica avtorja do nadomestila za privatno reproduciranje njegovega dela. Ta je priznana tudi izvajalcem in proizvajalcem fonogramov. Nastala je kot posledica spoznanja, da je avtorsko pravico, zlasti njene prepovedne zahtevke, težko ali sploh nemogoče uveljaviti in nadzorovati na zasebnem področju. Upravičencem se zato nudi poplačilo za prikrajšanje, do katerega pride zaradi dovoljenega zasebnega snemanja. Vse kopije namreč niso nezakonite, saj zakon fizični osebi, lastnici originala, dovoljuje narediti največ tri kopije za lastno uporabo. Izraz lastna uporaba pomeni, da narejene kopije ne smejo zapustiti običajnega kroga družine ali osebnih znancev. V praksi te kopije kaj hitro zapustijo družinski in prijateljski krog, predvsem pa je nemogoče nadzorovati, koliko kopij originala je bilo narejenih. Nadomestilo plačujejo proizvajalci in uvozniki novih naprav za reproduciranje (kasetofonov, CD zapisovalnikov) ter proizvajalci in uvozniki praznih nosilcev zvoka. Plačilo praviloma prevalijo na kupca, kar je tudi pravilno, saj je na koncu kupec tisti, ki ima korist od avtorskega dela. Ti zneski so v Sloveniji nizki, saj so npr. prazni nosilci dražji za 5 SIT in naprave za snemanje za 120 SIT (Uredba o zneskih nadomestil za privatno reproduciranje, 1998). Omenjeni del cene kolektivna organizacija po odbitku stroškov razdeli upravičencem. Digitalnim napravam prirejen predlog uredbe iz leta 2002 še ni v veljavi (Uredba o zneskih nadomestil za privatno reproduciranje, 2002).

**Sorodne pravice** so pravice fizičnih ali pravnih oseb, ki s svojo dejavnostjo omogočajo, da so avtorska dela dostopna širši javnosti. Med njimi so še najbližje avtorskim pravice izvajalcev. Narava njihovega ustvarjanja je nedvomno bolj avtorska kot dejavnost proizvajalcev fonogramov, ki ima bolj ekonomski namen. Podobno kot avtorji imajo tudi izvajalci določene moralne in materialne pravice. Moralni sta navedba imena in spoštovanje izvedbe, materialne so pravice javne objave, snemanja žive izvedbe, reproduciranja, distribuiranja in dajanja v najem. Poleg teh tudi njim pripadata t.i. poplačilni pravici do deleža nadomestila za javno predvajanje in privatno reproduciranje. Proizvajalec fonogramov ima izključno pravico reproduciranja, predelave, distribuiranja in dajanja svojih fonogramov v najem. Za navedene dejavnosti potrebujemo torej njegovo dovoljenje. Tega pa ne potrebujemo ob javnem predvajanju in zasebnem reproduciranju, ker daje zakon proizvajalcu ob navedenih načinih uporabe enako kot izvajalcu le poplačilno pravico do ustreznega nadomestila.

Avtorska pravica kot celota ni prenosljiva, prenosljive so posamične materialne ali druge pravice v njenem okviru. Prenos pravic moramo ločiti od prenosa upravljanja s pravicami, pri katerem avtor pooblasti kolektivno organizacijo, da upravlja z njegovimi pravicami. Moralnih pravic avtor ne more prenesti. Tudi med materialnimi je deloma neprenosljiva pravica dajanja

v najem, saj avtorju pripada nadomestilo ob posojanju, kljub temu da je upravičenja prenesel. Nasploh ZASP tako kot večina srednjeevropskih zakonodaj in konvencij teži k temu, da ostanejo avtorske pravice, kolikor je mogoče pri avtorju. V primeru prenosa pridobitelj seveda uživa pridobljeno pravico, določene pristojnosti, kot je npr. nadaljnji prenos, pa vendarle še ostane v pristojnosti avtorja.

Slovenija je leta 2001 dobila tudi Zakon o spremembah in dopolnitvah ZASP-a. Dopolnitve so bile nujne ravno zaradi razvoja interneta. Razširjeni sta tako opredelitev reproduciranja kot tudi definicija naprav za tonsko in vizualno snemanje. Glavnina sprememb se nanaša na baze podatkov, katerih pojavna oblika so tudi multimedjska dela. Zakon iz leta 1995 teh ne obravnava, a so v praksi v glasbeni industriji vse bolj pogosta. Njihova glavna značilnost je kombinacija različnih kategorij avtorskih del (pisanih, glasbenih, avdiovizualnih) in predmetov sorodnih pravic (izvedb, zvokov, posnetkov), ki so pretvorjeni na skupni imenovalec – digitalni zapis. Skratka, na zgoščenci, ki je avtorskopravno varovana kot celota, najdemo besedilo, glas, sliko, glasbo in video. Z vključitvijo v Zakon o spremembah in dopolnitvah se multimedjska dela pridružujejo glasbenim in avdiovizualnim delom (video spoti) kot enakovredna pravna kategorija v glasbeni industriji. Dejavnost založništva je v našem zakonu povezana le s tiskanimi deli. Nasploh v slovenskem jeziku pogosto z izrazom glasbena založba označujemo proizvajalca fonogramov, kar ni povsem ustrezno.

### 2.3. UVELJAVLJANJE PRAVIC

Avtor lahko svoje pravice uveljavlja sam ali preko zastopnika. V primeru individualnega uveljavljanja avtor obdrži popolno kontrolo nad uporabo svojega dela. Z uporabnikom sklene pogodbo, s katero nanj prenese ustrezno pravico. V praksi je takšno uveljavljanje težko izvedljivo, saj je v današnji tehnološko visoko razviti družbi uporaba del zelo raznolika. Avtorji se zato združujejo v t.i. kolektivne organizacije. Kolektivno uveljavljanje pomeni, da se pravice uveljavljajo hkrati za več avtorskih del več avtorjev s pomočjo za to ustanovljenih organizacij. Praviloma so to nacionalna združenja avtorjev glasbenih del. Ta pobirajo in delijo avtorske honorarje ter uveljavljajo sodno varstvo pravic, saj razpolagajo z bazami podatkov o avtorjih in delih, s profesionalnimi kadri in izkušnjami. V Sloveniji funkcijo kolektivne organizacije na področju glasbe opravlja SAZAS – Združenje skladateljev, avtorjev in založnikov za zaščito avtorskih pravic. Vlogo zbiralca nadomestil ima začasno AAS – Avtorska agencija za Slovenijo, vidno vlogo pri razdeljevanju pa poleg SAZAS-a še IPF-SI – Zavod za uveljavljanje pravic izvajalcev in proizvajalcev fonogramov. Njihovo delovanje je pod nadzorom države. V svetu je kolektiven način močno razvit in razširjen, uveljavljajo se lahko praktično vse vrste avtorskih pravic. V nekaterih primerih, na primer pri nadomestilih za privatno reproduciranje in javno objavo, je tudi po zakonu obvezen. Pomeni, da avtorjem ni potrebno sklepati pogodb, saj je kolektivna organizacija dolžna uveljavljati te pravice zanje.

Tabela 1: Pavšalna delitev nadomestil po ZASP-u

NADOMESTILO	UPORABNIKI	AVTORJI	IZVAJALCI	PROIZVAJALCI
Za privatno reproduciranje	Domača uporaba	40% delež	30% delež	30% delež
Za javno priobčitev fonogramov	Radio, TV, gostilna, trgovina....		50% delež	50% delež

Vir: Trampuž, Oman, Zupančič 1997, str. 361.

Najstarejše kolektivne organizacije so bile ustanovljene že v 19. stoletju. Sprva so se ukvarjale s pravicami javnega izvajanja del v živo. Z razvojem tehnike in medijev se je



njihova dejavnost razširila na druge oblike javnega predvajanja glasbenih del (radiodifuzno odajanje, kabelska retransmisija, predvajanje s fonogrami) ter na reproduciranje glasbenih del na fonogramih. Opozoriti velja, da ne gre za klasičen tip stanovskega združenja avtorjev, kot je npr. Društvo slovenskih pisateljev, temveč za organizacijo, ustanovljeno zgolj z namenom kolektivnega uveljavljanja pravic članov. Poslovanje je neprofitno, saj mora vsa zbrana sredstva razdeliti, obdrži le del, potreben za pokrivanje stroškov, ki v razvitih zahodnih državah dosegajo med 15% in 25% zbranih sredstev.

S sklepanjem medsebojnih sporazumov s tovrstnimi organizacijami v tujini sistem kolektivnega uveljavljanja deluje tudi v širšem mednarodnem okolju. Uporabnikom avtorskih del je tako omogočen dostop do repertoarja avtorjev celega sveta.

## 2.4. MEDNARODNE POGODBE

Globalno je varovanje avtorske in sorodnih pravic urejeno z mednarodnimi pogodbami, ki imajo kot pravni vir v mednarodnih pravnih razmerjih prednost pred posameznimi nacionalnimi zakonodajami. Oglejmo si najpomembnejše konvencije, razvrščene po času nastanka.

- **Bernska konvencija za varstvo književnih in umetniških del** - Najstarejša med konvencijami je nastala leta 1886 kot poskus odpravljanja razlik med nacionalnimi zakonodajami. Od takrat je doživela sedem sprememb, zadnjo leta 1971. Po vsebini je skupek norm in pravil, ki vsebinsko urejajo mednarodna pravna razmerja oziroma ščitijo avtorske pravice tudi zunaj meja države, kjer je delo nastalo. Poglavitno načelo pravi, da tuji avtorji v državah unije uživajo enako varstvo kot domačini. Na začetku leta 2003 je štela 150 držav članic, ki tvorijo t.i. Bernsko unijo pod okriljem WIPO - Svetovne organizacije za intelektualno lastnino (Berne Convention for the Protection of Literary and Artistic Works, 1971).
- **Univerzalna konvencija** - Pomen konvencije, sprejete leta 1952, je bil predvsem v članstvu ZDA, ko te še niso bile v Bernski uniji. Omenjena država je namreč zaradi neusklajenosti nacionalne zakonodaje postala članica Bernske konvencije šele leta 1988. S tem pristopom se je vloga Univerzalne konvencije začela postopoma zmanjševati.
- **Rimska konvencija** - Mednarodna konvencija za varstvo izvajalcev, proizvajalcev fonogramov in radiodifuznih organizacij iz leta 1961 je bila prvi mednarodni instrument za varstvo sorodnih pravic. Do danes jo je podpisalo 71 držav, vendar velja zaradi hitrega razvoja pri varovanju teh pravic danes za zastarelo (Rome Convention, 1961).
- **Fonogramska konvencija** - Konvencija za varstvo proizvajalcev fonogramov pred nedovoljenim presnemavanjem njihovih fonogramov je bila sprejeta leta 1971 za boj proti fonogramskemu piratstvu. Ureja pravice reproduciranja, distribucije in uvoza nosilcev glasbenega zapisa. Do leta 2003 jo je podpisalo 70 držav članic (Convention for the Protection of Producers of Phonograms Against Unauthorized Duplication of Their Phonograms, 1971).
- **TRIPS** - Sporazum o trgovinskih vidikih pravic intelektualne lastnine je v bistvu priloga Marakeškemu sporazumu o ustanovitvi Svetovne trgovinske organizacije (WTO). Zaradi vključitve številnih članic (aprila 2003 jih je štel 146), prevzema skoraj vseh določb Bernske in Rimske konvencije ter pomembnih lastnih določb je eden najpomembnejših mednarodnopravnih instrumentov za pravice intelektualne lastnine. Obenem obravnava pravna sredstva, postopke in kazni, ki naj bi prispevali k zmanjšanju piratstva (Agreement on Trade-related Aspects of Intellectual Property Rights - TRIPS, 2003).
- **Konvenciji WIPO o avtorski pravici in o izvedbah in fonogramih** - Sporazuma iz leta 1996, ki sta bila v začetku podprta le s strani 13 držav, je do aprila 2003 sicer podpisalo

41 držav članic, a med njimi ni držav EU. Konvencija o avtorski pravici ureja avtorska dela v digitalnem okolju in nadomešča novo revizijo Bernske konvencije, konvencija o izvedbah in fonogramih pa je glede teh dveh predmetov pravic nadgradnja Rimske konvencije (WIPO Copyright Treaty, 1996; WIPO Performances and Phonograms Treaty, 1996). V besedilih je zapisano, da se morajo pravice avtorjev v digitalni dobi zaščititi z uporabo tehnoloških zaščitnih ukrepov (TPM - technological protection measures). Ti ukrepi pomenijo kodiranje, nadzorovan dostop do del na strežnikih z uporabo gesel, omejeno možnost uporabe del in drugo. Potrebno je zagotoviti ustrezno pravno zaščito pred poskusi izogibanja takim ukrepom (WIPO Treaties: Technological measures, 2003, str. 2), saj je učinkovitost ukrepov popolnoma odvisna od zakonske zaščite pred hekerji. Konvenciji se bolj posvečata zelenim rezultatom kot pa načinom, kako to doseči. Za dosego teh ciljev je nujna posodobitev zakonodaje držav članic.

Čeprav pri usklajevanju z WIPO konvencijama zaostaja, je sicer pri prilagajanju zakonodaje med najnaprednejšimi Evropska unija, ki je kot zibelka avtorskega prava razvila različne pravne sisteme. Države na stari celini se delijo na tiste s 'Copyright sistemom' (anglosaksonsko pravo) in države z ureditvijo 'droit d'Auteur' (evropsko kontinentalno pravo) (Trampuž, 2000, str. 44). Sledijo delitve znotraj teh dveh skupin, ki tudi niso zanemarljive. Usklajevanje in poenotenje poteka s članstvom v mednarodnih konvencijah in z različnimi pravnimi akti in bilateralnimi sporazumi, sprejetimi v okviru Sveta Evrope in Evropske unije (EU). Eden izmed najpomembnejših aktov, s katerim se EU spopada s t.i. digitalno dobo, je Direktiva o informacijski družbi. Čeprav temeljito obravnava avtorsko pravico, zavestno ne rešuje vprašanja odgovornosti za kršitve in veljavnega prava. Ti dve vprašanji namreč posegata na druga pravna področja. Pomanjkljivosti ima tudi pri obravnavi začasnega reproduciranja, ki postaja vse pomembnejša tema. V strokovnih krogih zato opozarjajo na nujnost večje harmonizacije evropskega avtorskega prava na področjih moralnih pravic in nadomestil za privatno reproduciranje. Enoten sodoben evropski zakon ostaja zaenkrat še utopija. Zadnji izmed skrajnih rokov EU za sprejetje izboljšanih zakonov v skladu z WIPO konvencijama je bil 22. december 2002, a sta ga upoštevali in zakonodajo ustrezno prilagodili le Grčija in Danska (Zaščita avtorskih pravic v EU zamuja?, 2002). Razvoj dogodkov torej kaže, da bo prišlo do zamika pri sprejetju zakonodaje, ki naj bi temeljito ščitila avtorske pravice, tudi tiste, ki se navezujejo na distribucijo različnih vsebin preko interneta, mobilnih telefonov in drugih digitalnih naprav.

## 2.5. DIGITALIZACIJA

Digitalizacija je, poenostavljeno rečeno, pretvorba informacij v računalniški zapis, torej zaporedje znakov oziroma števil. Eden najpomembnejših tehnoloških dosežkov novejšega časa pomeni skupni imenovalac, ki bo najbrž v bližnji prihodnosti pripeljal do enotnega nosilca informacij. Nedvomno najvidnejši rezultat digitalizacije je internet, ki omogoča, da vsak čas pridobimo informacije s kateregakoli konca sveta.

Digitalizacija lahko zajame vse vrste informacij, tudi avtorska dela. S tem je avtorsko pravo postavljeno pred velik izziv. Značilnosti nove tehnologije se odražajo zlasti pri naslednjih oblikah uporabe avtorskih del:

- **Reproduciranje** - Je zapis avtorskega dela na materialni nosilec. Poenostavljeno bi lahko rekli, da gre za razmnoževanje oziroma izdelavo kopij. Digitalno kopiranje je hitro, enostavno in kakovostno. Neštetokrat ponovljena kopija bo teoretično enako kakovostna kot prva. Reproduciramo lahko iz ene vrste nosilca na drugo (npr. CD na mini disk), naprej v neko digitalno omrežje (prenos od sebe ali upload) ali z omrežja nazaj na nosilec

(prenos k sebi ali download). Digitalizacija postavlja pravico reproduciranja v povsem novo luč. Smer pojmovanja v novem digitalnem okolju nakazujejo direktive EU, po katerih je podvrženo avtorski pravici vsako trajno ali začasno reproduciranje, ne glede s katerim sredstvom in v kateri obliki. Za reproduciranje tako šteje kakršnakoli začasna shranitev v elektronski obliki, torej tudi zapis na CD-R-ih, računalnikovem trdem disku in celo v delovnem spominu.

- **Arhiviranje oz. shranjevanje** - Digitalizacija omogoča hrambo ogromnih količin podatkov na majhnem prostoru. Na enem nosilcu je mogoče shraniti na tisoče avtorskih del vseh kategorij.
- **Manipulacije** - Avtorska dela v digitalni obliki je mogoče relativno lahko predelovati, izmenjavati, kombinirati, združevati, razdruževati, skratka z njimi v nedogled manipulirati ter jih nato pod drugim imenom in v drugi obliki na novo uporabljati.
- **Transport** - S pomočjo telefonskih ali posebnih omrežij lahko dela hitro in poceni prenašamo po svetu. Značilnost tega transporta je tudi njegova interaktivnost. Naslovnik ni samo pasivni sprejemnik nekega avtorskega dela, kot npr. pri gledanju televizije, temveč lahko v to aktivno poseže. Sodobna zakonodaja značilnosti digitalnega prenosa upošteva pri definiciji priobčitve glasbe javnosti, saj ne navaja pogoja, da bi morala biti javnost navzoča hkrati oziroma v istem prostoru kot vir glasbe.

Odzivi avtorskopravne stroke na digitalizacijo so različni: od strahu zaradi nezmožnosti avtorskega prava, da v teh novih položajih ustrezno varuje avtorje, do ugotovitev, da je mogoče z obstoječimi pravnimi mehanizmi zadeve obvladati. Potrebno se je zavedati, da je avtorsko pravo v preteklosti že uspešno spopadalo s tehnološkimi novostmi (npr. uvedba radijskega in TV oddajanja, gramofonskih plošč itd.). Pomembno je, da se upravičencem po eni strani zagotovi udeležba pri materialnih koristih kot temelj za vzpodbudo ustvarjalnosti, po drugi strani pa uporabnikom ponudi enostaven način uporabe (Trampuž, 2000, str. 149). Pojava digitalizacije ne smemo gledati samo kot velike nevarnosti za avtorje, ampak tudi kot veliko priložnost za nove načine uporabe in s tem širjenja del. Uporabimo jo lahko za evidentiranje in nadzor uporabe avtorskih del. Govorimo o elektronskih sistemih za upravljanje z avtorskimi pravicami (Electronic Copyright Management Systems, ECMS). Vsako delo bi bilo opremljeno z neodstranljivo kodo, ki bi v povezavi z ustrezno bazo podatkov omogočala poiskati imetnika pravice, trajanje pravice, pogoje licenciranja itd.. Podobne kode že obstajajo v fonogramski industriji in bi jih bilo potrebno za ECMS le posodobiti (Trampuž, 2000, str. 122). Primer je ISRC koda, unikatni digitalni prstni odtis, ki se dodeli vsaki skladbi ob njenem nastanku in je v pomoč pri nadzoru uporabe avtorskega dela in pobiranju avtorskih honorarjev ter licenčnin (The International Standard Recording Code (ISRC), 2003).

## 2.6. PRIHODNOST AVTORSKEGA PRAVA

Kljub pomanjkljivostim in neusklajenosti avtorskopravne zakonodaje po svetu ni nobenega dvoma o nezakonitosti internetne izmenjave in o tem, da omenjeno privatno reproduciranje največkrat ni v okviru zakona. Ljudje se tega povečini zavedajo, a kljub temu to počno, ker menijo, da ne morejo biti kaznovani. Splošna razširjenost tega početja in dejstvo, da so zvezdniki, ki delajo glasbo, v primerjavi z navadnimi smrtniki bogataši, tem aktivnostim daje tudi nekakšno legitimnost.

Vendar moramo ločiti med tistimi, ki organizirano kršijo zakon in s tem služijo denar, in tistimi uporabniki, ki si na internetu izmenjujejo datoteke in za domačo uporabo kopirajo zgoščenke, čeprav niso lastniki originalnega izvoda. Slednji se bodo slej ko prej vprašali, ali s

svojimi dejanji ne škodijo ravno tistim, ki jih cenijo? Preprostega odgovora na to vprašanje ni. Najbrž je ravno tako paradoksalen kot dejstvo, da ta protizakonita dejanja nekateri zvezdniki obsojajo, spet drugi pa odkrito spodbujajo. Delno na to dilemo odgovarja že dejstvo, da so avtorske pravice deljene na moralne in materialne. Ta delitev hkrati pomeni ločitev avtorja od njegovega dela in lepo ponazarja njegovo razcepljenost. V interesu njegovih moralnih pravic je namreč, da čim več ljudi njegovo delo sliši, torej, da se njegovo delo čim bolj razširi. Po drugi strani je v interesu njegovih materialnih pravic, da bi mu vsak za to tudi dobro plačal.

V glasbeni industriji se pojavlja več subjektov. Čeprav so med seboj odvisni, se njihovi interesi razlikujejo. Glavni zaslužkar ni nujno avtor, ki si praviloma v prvi vrsti želi čim večje razširjenosti njegovega dela, temveč proizvajalec fonogramov, ki njegovo delo materializira, zapiše na nosilec. V praksi tako moralne pravice pripadajo avtorju, materialne pa založnik in proizvajalec fonogramov v večini lahko zadržita zase.

Vprašati se moramo, kako nekemu zaračunati za nekaj, kar si lahko za svoje nepridobitne namene naredi sam? Kako postaviti ceno nečemu brez substance, digitalnemu zapisu, ki ga z lahkoto prekopiramo skoraj zastonj? Tu naletimo na težavo, ker ima ceno proizvod, ki ga nekdo naredi na podlagi avtorskega dela, torej nosilec, na katerem je delo zapisano, in ne avtorsko delo kot tako. Nosilec pa danes lahko naredi vsak in ne samo za to pristojni proizvajalci.

Med vsemi vprašanji, ki se postavljajo s širitvijo interneta in z njim povezanih tehnologij, postaja najpomembnejše prav tisto o obsegu in uveljavljanju zakonov o avtorskih pravicah, saj utegne odločati tudi o prihodnosti samega spleta. Obe strani v razpravi imata po svoje prav. Na eni strani imamo z digitalnim piratstvom in dometom interneta resnično ogroženo glasbeno industrijo, ki se želi zavarovati s protipiratsko tehnologijo, podprto s še strožjimi zakoni. Njeni predstavniki pravijo, da bi bila brez teh lahko uničena in uporabniki ob širok izbor glasbe. Doslej se ji s tehnološkimi družbami še ni uspelo dogovoriti, kako bi to dosegle. Če bi do takega sporazuma prišlo, se kritiki na drugi strani upravičeno bojijo, da bo ta v interesu družb in ne javnosti. Prepričani so, da bodo okrepljeni zakoni peščici velikih družb pomagali v digitalni dobi zatreti ustvarjalnost. Internet se je namreč izkazal za odličen poligon za nove ustvarjalce, ki želijo svojo glasbo predstaviti svetu. Alternativa, ki jo kritiki strožje zakonodaje zagovarjajo, bi bila uveljavitev prvotnega pomena avtorskih pravic, kar pa še nobena država ni storila. Avtorska pravica je namreč prvotno pomenila le začasen monopol nad proizvajanjem kopij izvirnika, kar je podpirala tudi vlada (*A radical rethink*, 2003, str.14). Torej ni šlo za lastninsko pravico. Edini namen je bil spodbujati izmenjavo novih zamisli, tako da se je avtorje kratkoročno spodbujalo k širjenju svojih avtorskih stvaritev. V zadnjih nekaj desetletjih pa se je avtorska pravica pod pritiskom industrije razvila do take mere, da neredko, namesto da bi spodbujala, zavira širjenje zamisli, poleg tega pa se na mnogih starejših glasbenih izdelkih zaradi pravnih pregrad nabira prah. Za slednjo težavo je kriva določba o trajanju avtorske pravice še 70 let po smrti avtorja, ki je pretirana, a kljub temu v današnjem svetu povsem običajna. O tem je v začetku leta 2003 odločalo ameriško vrhovno sodišče in podprlo obstoječi zakon iz leta 1998, a obenem izrazilo pomisleke o smiselnosti te določbe. Stroga in dolgoročna zakonska pomoč države namreč ni več tako potrebna kot v starih časih. Digitalizacija ni prinesla samo cenejšega kopiranja del, ampak je tudi znižala stroške proizvodnje in distribucije. Poleg tega so na spletu nastale številne brezplačne strani, kjer novepečeni ustvarjalci ponujajo glasbo. Ti bi lahko dovolj iztržili tudi, če bi avtorske pravice uveljavljali manj časa, in podobno velja za proizvajalce. Primerov sodne prakse, ki pričajo o neodločenosti in pomislekih sodnikov, je vse več. V zadnjem času najodmevnejša je rabsodba sodnika Stephena Wilsona na okrožnem sodišču v Los Angelesu 25. aprila 2003.

Nepričakovano je ovrгла vse obtožnice ameriških združenj glasbene industrije proti podjetjem, ki so razvila programe za internetno izmenjavo datotek Grokster, Gnutella in Morpheus. V obrazložitvi je zapisano, da podjetja niso odgovorna za morebitne kršitve avtorskih pravic z uporabo njihove programske opreme, ker se ta lahko uporablja tudi v povsem legalne namene. Pomeni, da se obtoženi ne razlikujejo od podjetij, ki proizvajajo fotokopirne stroje ali video rekorderje. V primeru neuspeha morebitnih pritožb bo ta rzsodba predstavljala prelomnico v boju monopolistov pri avtorskih pravicah proti ostalemu svetu, saj se ne bodo več ukvarjali z avtorji programov, temveč s posameznimi uporabniki z imenom in priimkom in to le za posamezne primere kršitev. Glasbene založbe so naslednji dan po rzsodbi odgovorile s kampanjo, v kateri so 200.000 uporabnikom teh storitev poslali sporočilo z opozorilom, da jih lahko sodno preganjajo. Že mesece pred tem je RIAA sprožila odmevne sodne procese proti posameznikom, štirim študentom, ki so pristali na izvensodno poravnavo in plačali vsak od 12.000 ameriških dolarjev do 17.500 ameriških dolarjev (King, 2003). Pomembno je predvsem, da se v javnosti ustvari prepričanje, da so se RIAA in njej sorodna združenja odločili boriti z vsemi sredstvi, včasih tudi pravno spornimi.

Ključni dejavnik pravnega boja proti internetnem piratstvu bo sposobnost avtorske industrije, da prisili internetne ponudnike v izvajanje nadzora nad uporabniki. Ponudniki se bodo pritiskom karseda dolgo upirali, končen rezultat pa bo jasen po zaključku prvih sodnih procesov v ZDA. Eden odmevnejših je bil končan letos spomladi, ko je ameriško okrožno sodišče odločilo, da mora ponudnik internetnih storitev Verizon posredovati podatke o uporabnikih programov za izmenjavo datotek (Hellweg, 2003). V primeru, da bodo podobne rzsodbe pogoste, bodo ponudniki interneta prisiljeni sodelovati z združenji industrije in s tem dodatno povečati pritisk na uporabnike.

Dansko združenje AntiPiratGruppen, ki ga podpirajo tamkajšnje glasbene in filmske založbe ter proizvajalci programske opreme, se je odločilo za posebno taktiko. Več mesecev so spremljali aktivnosti okrog 150 danskih uporabnikov internetnih servisov za izmenjavo datotek in beležili ponujeno vsebino in njihove IP številke. Nato so od ponudnikov dostopa do interneta pridobili njihove osebne podatke in jim enostavno, glede na vsebino na njihovih računalnikih, poslali račune za plačilo avtorskih pravic. Približno polovica uporabnikov je bila pripravljena plačati (Zaračunali uporabnikom p2p, 2003).

Zakonodaja v večini sveta sicer jasno prepoveduje kopiranje in internetno izmenjavo, a vseeno obstaja še precej nedorečenosti in neusklajenosti, kar pomeni, da bo sporov med založbami, združenji in uporabniki še precej. Če hočemo, da bo ohranila svoj pglavitni namen spodbujanja ustvarjalnosti, bo najbrž potrebno omejiti avtorsko pravico in to storiti na način, ki bo v praksi uresničljiv. Na drugi strani bo industriji potrebno zagotoviti pravno podporo, ki jo zahteva za tehnologijo za preprečevanje nelegalnega kopiranja. Oboje je nujno, če hočemo, da bo avtorske pravice sploh še možno uveljavljati. Srednja pot, kjer bi vsaka stran rahlo popustila, bi bila tudi v interesu uporabnikov (A radical rethink, 2003, str.14).

### **3. GLASBENA INDUSTRIJA**

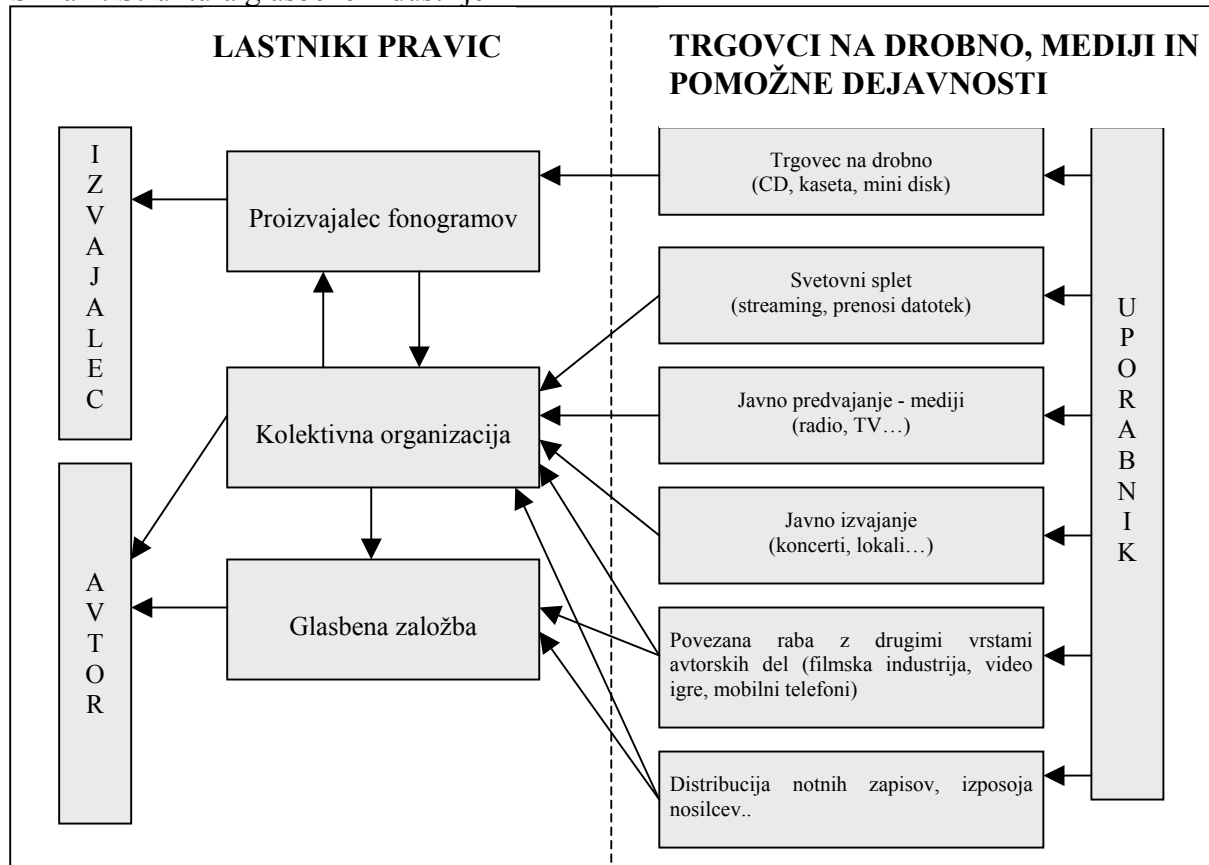
#### **3.1. STRUKTURA GLASBENE INDUSTRIJE**

V prvem poglavju smo opredelili pravice posameznih subjektov, zato se v tem delu osredotočimo na odnose med udeleženci glasbenega posla. Glasbena industrija je sestavljena iz različnih dejavnosti. Prepletena je z mrežo avtorskopравnih lastništev in dopolnjena s širokim izborom pomožnih samostojnih dejavnosti, za izvajanje katerih je potrebno

raznovrstno strokovno znanje. Vsaka država je na področju zakonodaje, lastnosti trga in želja uporabnikov razvila svoje posebnosti. V splošnem lahko udeležence glasbenega posla razdelimo v dve skupini:

- lastniki pravic,
- trgovci na drobno, mediji in podporne dejavnosti.

Slika 1: Struktura glasbene industrije



Vir: The song remains the same, 2002, str. 15.

### 3.1.1. Lastniki pravic

Ločimo dve glavni skupini pravic - avtorjevo pravico na besedilu in glasbi (neodvisna od posnetka) in pravice, ki izhajajo iz nosilca posnetka glasbenega dela. Slednje ponavadi pripadajo proizvajalcu fonogramov (včasih tudi izvajalcu), medtem ko avtorska pravica pripada avtorju, ta pa jo prenese na založnika. Zgornja slika kaže, kako lastniki pravic od končnih uporabnikov pridobivajo protivrednost za svoja dela:

- **Avtorji** (skladatelji, aranžerji in tekstopisci) - Ponavadi prenesejo pravice na založnika. Ta z njimi upravlja in jih promovira v zameno za udeležbo v avtorskih tantiemah. Običajno založnik avtorju vnaprej brezpogojno nameni del bodočih tantiem in ga s tem razbremeni tveganja povezanega z uspehom dela. Poleg tega ponavadi v omejenem obsegu pokrije tudi stroške avtorja. Uspešni avtorji včasih ustanovijo svoje založbe.
- **Glasbene založbe** (ang. publishers) - Od avtorjev prevzemajo upravičenja iz naslova avtorske pravice. Skušajo jim zagotoviti kar največjo uporabo del in ustrezno nadomestilo zanjo. V praksi to pomeni predstavitev del čim širšemu krogu potencialnih uporabnikov, kot so izvajalci ali producentje in zbiranje tantiem (v praksi je to največkrat naloga kolektivnih organizacij). V zameno jim pripada dogovorjen delež avtorskih dohodkov. Zaradi narave posla, ki podobno kot pri proizvajalcih fonogramov zahteva

vneprejšnje vlaganje, je kakovosten proces privabljanja in izbiranja talentov ključnega pomena. Dolgoročnost založniških pogodb in odsotnost visokih marketinških, snemalnih stroškov in stroškov ustvarjanja ima za posledico, da je založništvo manj tvegan posel kot proizvodnja fonogramov.

- **Izvajalci** - So osrednji akterji. Pevci in glasbeniki izvajajo skladbe za nastanek posnetkov ali nastopajo v živo na koncertih. Zaradi precejšnjih stroškov produkcije, distribucije in trženja glasbe, ponavadi sklepajo pogodbe s proizvajalci fonogramov. Običajno ti vnaprej plačajo tantieme in zagotovijo sredstva za proizvodnjo in distribucijo posnetkov. V zameno postanejo lastniki posnetkov, od katerih prodaje pripada delež izvajalcem. Vendar se ponavadi ti prihodki izvajalcev porabijo za pokritje vnaprej plačanih tantiem in že nastalih stroškov proizvajalcev, kar pomeni, da v mnogih primerih izvajalcev delež prihodkov od prodaje v celoti obdrže proizvajalci fonogramov. Uspešni izvajalci imajo znatne prihodke iz drugih virov, kot so deleži prihodkov od nastopanj v živo in sponzorskih pogodb ter pokroviteljstev.
- **Proizvajalci fonogramov** (ang. record companies) - Zagotavljajo sredstva, izbirajo, proizvajajo, distribuirajo in tržijo posnetke. Navadno imajo niz podružnic, specializiranih za določene glasbene zvrsti ali tipe izvajalcev. Večina stroškov nastane, preden se pokažejo znaki priljubljenosti izvajalca, zato so proizvajalci fonogramov prisiljeni vkalkulirati stroške tveganj neuspeha. Ključnih dejavnikov uspešnosti so zato ravno iskanje, privabljanje, izbira in menedžment bodočih zvezdnikov.
- **Kolektivne organizacije** - Za delovanje so značilni birokratski postopki, zamude, nepravilno razdeljena ali celo izgubljena sredstva. Ker gre za nacionalna združenja, ta ob razdelitvi zbranih sredstev navadno dajejo prednost domačim izvajalcem na račun mednarodno znanih. Lep primer zapletenosti avtorskopравnih odnosov so velike uspešnice, ki so bile večkrat posnete, vsak posnetek se lahko pojavlja na poljubnem številu različnih plošč (originalni album, največji hiti izvajalca, kompilacije glasbenih zvrsti...), ki so v različnih jezikih izdane v številnih državah. Povrhu vsega ima pesem lahko več avtorjev, ki tantieme prejemajo iz ločenih virov, saj ima vsak ločeno pogodbo s svojim založnikom. Z razvojem sistemov Digital rights management (DRM) se stroški prenosa plačil in obdelave omenjenih informacij zmanjšujejo.

### 3.1.2. Trgovci na drobno, mediji in storitvena podjetja

Potrošnikom ponujajo glasbo v različnih oblikah številna podjetja. Prodana je lahko kot samostojen proizvod za neposredno plačilo ali uporabljena kot dodatek, ki poveča zaznavno vrednost proizvoda ali storitve. Ob tem nastane obveznost plačila za uporabo glasbe upravičencem iz naslova avtorske in sorodnih pravic. Največ tovrstnih prihodkov nastane s prodajo CD-jev, javnim oddajanjem in javnim izvajanjem glasbe.

Mediji so nepogrešljivo sredstvo za promocijo glasbe. Televizijske glasbene postaje, kot je MTV, so povečini namenjene najstnikom, starejši potrošniki na drugi strani večino glasbe spoznajo s poslušanjem radia. Vse pomembnejši promocijski medij postaja internet.

Osrednje dejavnosti glasbenega posla podpirajo različna storitvena podjetja, katerih prispevek v verigi vrednosti je nepogrešljiv. Mednje spadajo obrati za proizvodnjo CD-jev, snemalni studii, poklicni svetovalci, menedžerji avtorjev in izvajalcev ter organizatorji koncertov. Njihova dejavnost ne temelji neposredno na avtorski pravici. Večinoma se skušajo integrirati v t.i. avtorsko industrijo (The song remains the same, 2002, str.17).

### 3.2. GLASBENI TRG

Glasba je univerzalni jezik in glasbena industrija ima že od nekdaj globalne razsežnosti. Gre za kreativno industrijo, ki naj bi bila usmerjena k podpiranju ustvarjalnega dela in talentov. Svojo uspešnost gradi na komercialnem uspehu sorazmerno majhnega dela ustvarjalcev. Sestavljena je iz dveh panog - glasbenega založništva in proizvodnje fonogramov. Fonogramska industrija je tisti del, ki skrbi za nastanek nosilcev zvočnega zapisa oziroma fonogramov, njihovo distribucijo in prodajo. Glasbeno založništvo se na drugi strani ukvarja z glasbenimi avtorski deli oziroma zbiranjem tantiem od uporabe glasbe v imenu lastnikov pravic, to je avtorjev glasbe in besedil. Poenostavljeno rečeno, se fonogramska industrija ukvarja z materializiranim zvočnim zapisom, založniška pa z glasbo samo.

Globalni glasbeni trg obvladuje pet velikih multinacionalnih glasbenih podjetij, t.i. major record companies. Vse se ukvarjajo tako s fonogramsko kot z založniško dejavnostjo. Z izjemo EMI Group so vse podružnice večjih medijskih konglomeratov. Njihov skupni tržni delež prodaje fonogramov je bil v letih 1999-2001 konstantno nekaj čez 70-odstoten. Na področju založništva je njihova prisotnost nižja. Ostanek si razdelijo preostala podjetja, t.i. neodvisne založbe.

Tabela 2: Globalni tržni delež prodaje fonogramov v letih 1999-2001 in založništva v letu 2000

	<b>BMG</b> (Bertelsmann)	<b>EMI</b> (EMI Group)	<b>Sony Music</b> (Sony Corporation)	<b>Universal</b> (VivendiUniversal)	<b>Warner</b> (AOL Time Warner)	<b>Neodvisne</b>
<b>Fonogramski trg (%)</b>						
1999	10,1	11,8	17,0	21,7	11,4	28,0
2000	8,4	13,5	14,4	22,9	12,0	28,9
2001	8,2	13,0	14,7	23,5	11,8	28,9
<b>Založniški trg (%)</b>						
2000	8	17	7	11	14	43

Vir: Recording industry in numbers 2002, str. 4; The song remains the same, 2002, str. 18.

Neprikladna, dobičkarsko orientirana miselnost velikih družb je med mnogimi idealističnimi avtorji osovražena, kar je priložnost za neodvisna podjetja, ki pogosto z osredotočenjem na tržne niše lahko uspešno poslujejo. Zaradi svoje majhnosti se lažje prilagajajo in odzivajo na ekonomske in druge potrebe izvajalcev in avtorjev. Velika podjetja se svojih pomanjkljivosti zavedajo. Odpravljajo jih s prevzemanjem neodvisnih družb, ko te dosežejo določeno velikost. Navadno gre za delne prevzeme, ob katerih malo podjetje za določen čas obdrži svoj avtonomni položaj in hkrati izrablja prednosti globalnih virov in infrastrukture velikih. Ko ustanovitelji postanejo premožnejši in vpliv korporativne miselnosti velikih raste, se neodvisne družbe in njihova ponudba popolnoma združijo z velikimi (The song remains the same, 2002, str. 18).

Čeprav pri omenjenem procesu obstajajo razlike med področjema proizvodnje fonogramov in založništva, je uravnoteženost razmerja med velikimi in neodvisnimi na področju založništva podobna. Omeniti velja, da proizvajalec fonogramov in založnik istega koncerta za opravljanje svojih dejavnosti od osemdesetih dalje po pravilu uporabljata popolnoma ločeno infrastrukturo. Povsem običajno je, da avtor, ki je obenem izvajalec, ob sklenjeni pogodbi z



določenim proizvajalcem fonogramov založniško pogodbo sklene z neodvisno založbo ali pri založbi konkurenčne multinacionalke.

### 3.2.1. Glasbeno založništvo

Glasbeni založniki so se ob pojavu te dejavnosti ukvarjali z iskanjem in pridobivanjem rokopisov skladb z namenom tiskanja in prodaje le-teh za privatno ali javno igranje. Na začetku dvajsetega stoletja se je glasbena založniška industrija osredotočila na pridobivanje založniških pravic na skladbah kot takih in izkoriščanje teh pravic ob uporabi skladb za izdelavo fonogramov in javno predvajanje in izvajanje (The song remains the same, 2002, str. 19). Posel sodobnega glasbenega založništva je razdeljen na dva procesa:

- **Ustvarjalno založništvo** - Nastajanje seznama pravic. Bodisi s pomočjo kreativnega, lastnega A&R (umetnik & repertoar) oddelka (iskanje, privabljanje in sodelovanje neposredno z avtorji) ali s pridobivanjem že obstoječih zbir pravic.
- **Založniške storitve** - Izkoriščanje kataloga oziroma seznama pravic pomeni promoviranje avtorjev in pobiranje tantiem, ki izhajajo iz avtorske pravice. Prihodki prihajajo iz različnih virov kot posledica različnih načinov uporabe glasbe.

Večina založb je vsaj na domačem trgu dejavna na obeh področjih. Za nastop na mednarodnih trgih imajo velike založbe na voljo razvito infrastrukturo, neodvisne se na drugi strani odločajo za sodelovanje, pogosto kar z velikimi založbami.

#### 3.2.1.1 Viri dohodkov

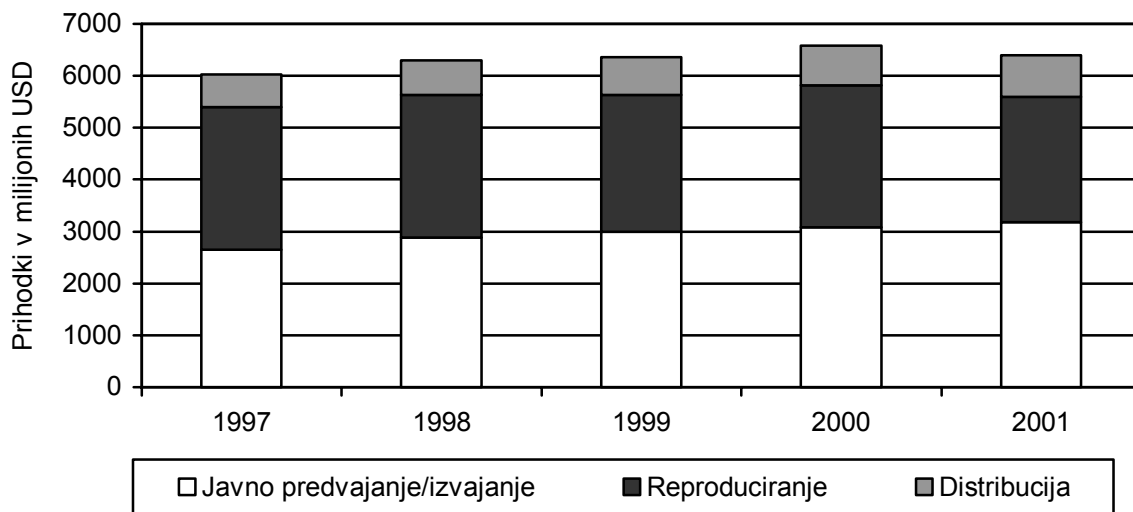
Dohodki založb izhajajo iz pogodbeno dogovorjenega deleža od tantiem, ki pripadajo avtorjem ob uporabi njihove glasbe. Velikost deleža je predmet dogovora med avtorjem in založnikom in je odvisna tudi od načinov uporabe avtorskega dela. Upoštevajoč različne možnosti uporabe avtorskih del je dohodke mogoče razporediti v tri glavne kategorije (The song remains the same, str. 7-10):

- **Na podlagi javnih predvajanj in izvedb** - Tantieme, ki pripadajo upravičencem za vsa predvajanja skladb v okviru oddajanj radijskega in televizijskega programa, za internetni streaming, kot tudi za vse izvedbe v živo in predvajane posnetke na javnih mestih, kot so lokali, klubi, trgovine, hoteli ali čakalnice. V letih 1995-2001 so tovrstni prihodki stalno naraščali, takšen trend je pričakovati tudi v prihodnje. Težave bi lahko nastale zaradi nestalnih prihodkov od reklam na radijskih postajah, ki posledično tantiem ne bi več zmogle plačevati.
- **Na podlagi reproduciranja** - Prva skupina so fono-mehanične tantieme, ki se plačujejo na podlagi prodanih nosilcev zvoka in datotek s pomočjo interneta. V drugi so tantieme za hkratno uporabo glasbe z drugimi vrstami avtorskih del, kot npr. v filmu ali reklamah. Tretja skupina so nadomestila za privatno reproduciranje. V zadnjem času nastajajo tudi dodatni prihodki od rabe melodij zvonjenja mobilnih telefonov. Padanje prodaje fonogramov v zadnjih letih neposredno zmanjšuje tudi založniške prihodke na podlagi reproduciranja.
- **Na podlagi distribucije** - Nastanejo zaradi prodaje ali posojanja natisnjenih besedil ali notnih zapisov. Sem spadajo tudi tantieme od posojanja nosilcev.

Čeprav velja glasbeno založništvo za manj tvegan posel kot proizvodnja fonogramov, ker temelji na intelektualni lastnini in ne na bolj nepredvidljivih odnosih z izvajalci, sta dejavnosti z vidika ekonomske uspešnosti medsebojno odvisni. Kljub splošno znani krizi fonogramske industrije je založništvo v letih 1995-2000 beležilo več kot 4-odstotno povprečno letno rast. V

letu 2001 pa so se dohodki kot posledica padca prodaje fonogramov znižali za 4% na 6,6 milijard USD (NMPA International Survey of Music Publishing revenues, 2003, str. 2). Kljub padcu dobičkonosno poslovanje največjih založb ni ogroženo. K temu pripomore pomanjkanje konkurence na globalni ravni v povezavi s smerjo razvoja avtorskopravne zakonodaje in postopkov zbiranja tantiem v posamičnih državah, ki je povzročilo, da je založniški posel konzervativen in protekcionističen.

Slika 2: Svetovno glasbeno založništvo v letih 1997-2001



Vir: NMPA International Survey of Music Publishing revenues, 1999, str. 7-8; 2000, str. 7-8; 2001, str. 7-8; 2002, str. 7-8; 2003, str. 8-9.

Dejavnost založb pogosto velja za manj privlačno in zanimivo v primerjavi z aktivnostmi proizvajalcev fonogramov, ki odkrivajo nove zvezde. Deloma to sicer drži, vendar mnogo zaposlenih v industriji meni, da je vloga izvajalcev dolgoročno manj pomembna kot vloga avtorja besedil in glasbe. Popularnost zvezd slej ko prej mine, medtem ko so največje uspešnice dolgoročen vir prihodka. Avtor Steppenwolfove »Born to be wild« naj bi po podatkih Enders Analysis od nastanka pesmi leta 1968 nikoli ne zaslužil manj kot 100.000 USD letno (The song remains the same, 2002, str. 7).

### 3.2.2. Fonogramska industrija

Najbolj zanesljiv vir za podatke o stanju na svetovnem fonogramskem trgu je danes IFPI - International Federation of the Phonographic Industry, ki predstavlja svetovno fonogramsko industrijo. Organizacija združuje 1.500 proizvajalcev fonogramov iz 76 držav, od največjih do malih, neodvisnih. Sedež v Londonu je povezan z regionalnimi centri na vsakem kontinentu in predstavništvi v 64 državah. Poleg zbiranja statističnih podatkov se ukvarja z aktualnimi temami, kot sta boj proti piratstvu in zagotovitev ustrezne avtorskopravne zakonodaje ter njenega izvrševanja v digitalni dobi. Posredovane podatke je potrebno opazovati s kritične distance. Čeprav naj bi šlo za objektivne informacije, se je potrebno zavedati, da nam jih predstavljajo predstavniki industrije in ti negativnih trendov ne bodo poudarjali. V zadnjih letih številke o prodaji padajo in IFPI je v zadnjem poročilu med nosilce zvoka večkrat vrnil tudi video nosilce. V analizi zvok in sliko obravnavam ločeno, razen če ni drugače navedeno.

### 3.2.2.1 Značilnosti in velikost trga

Podatki o prodaji fonogramov za leto 2002 so po pričakovanju še slabši od že tako slabih za leto 2001. Globalni glasbeni trg je bil vreden 31 milijard ameriških dolarjev. Prvič v zadnjih petih letih je število prodanih enot padlo pod 3 milijarde in je v lanskem letu znašalo pol milijarde manj kot pred petimi leti. Vrednostno prodaja nosilcev zvoka pada že tri leta zapored, letos je bilo prodano 8% manj v primerjavi z letom poprej. Prodaja enot je padla za dobrih 9%. Drugo leto zapored pada tudi prodaja CD-ja, še pred nekaj leti glavnega upa za stabilno rast panoge.

Tabela 3: Pregled svetovne prodaje nosilcev zvoka v letih 1997-2002

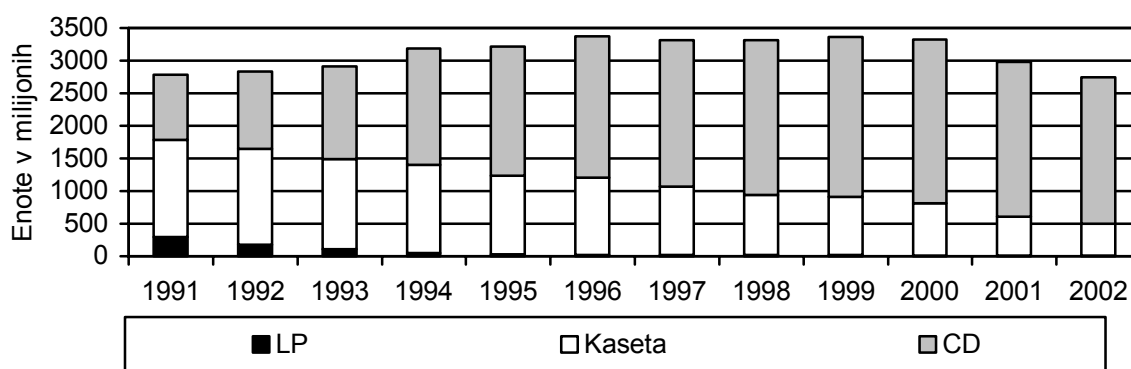
Prodaja nosilcev zvoka (v milijonih)											
	Enote					Maloprodajna vrednost US\$	Gibanje trga v %				
	Singli	LP plošče	MC Kasete	CD-ji	Skupaj <small>3 singli=album</small>		Rast enot	Rast CD-jev	% CD albumov	Rast vred. v nac. val.	Realna rast
1997	516,4	17,3	956,3	2.219,2	3.364,9	38.345,1	-	-	66,0	-	-
1998	458,9	22,9	826,9	2.365,7	3.368,5	38.201,7	0,1	6,6	70,2	3,9	1,4
1999	439,6	15,6	818,1	2.454,4	3.435,8	38.679,7	0,3	3,4	71,4	1,9	-1,7
2000	379,5	13,5	711,6	2.513,7	3.366,2	36.866,5	-2,0	2,4	74,7	-1,4	-7,0
2001	318,4	11,8	626,7	2.384,3	3.129,8	33.560,2	-6,8	-5,3	76,2	-5,1	-10,0
2002	265,3	8,5	487,0	2.253,4	2.837,3	30.980,9	-9,3	-5,7	79,4	-7,6	-10,4

Vir: Recording industry in numbers 2002, str.22; Recording industry world sales 2002, str. 5 - 6.

Maloprodajne vrednosti za posamezna leta so rezultat pretvorbe lokalnih valut v ameriški dolar po letnem povprečnem tečaju za tekoče leto. Porast vrednosti v lokalni valuti upošteva pri pretvorbi za posamezno leto fiksen letni povprečni tečaj dolarja za zadnje opazovano leto 2002. Realna rast je izračunana kot rast vrednosti v nacionalnih valutah zmanjšana za indeks cen življenjskih potrebščin v ZDA.

Slika 3 nam kaže razvoj globalnega fonogramskega trga z vidika nosilcev zvoka od začetka devetdesetih do danes. Pogled na posamezne trge držav bi dal podobno sliko, edina razlika bi bila v nekajletnem zamiku krivulje penetracije trga CD-a v državah z nižjim bruto družbenim proizvodom. Proizvajalci fonogramov so menjavo manj kakovostne in cenejše kasete z dražjim in kakovostno popolnim CD-jem, izkoristile za občutno povišanje cen oziroma dobičkov. S prehodom iz obdobja zrelosti v obdobje upadanja življenjskega cikla proizvoda je priložnosti za visoke marže vedno manj, saj so uporabniki tak proizvod že zdavnaj sprejeli in velja za vse bolj precenjenega (Kotler, 1996, str. 356). Njegova razširjenost na račun ostalih oblik glasbenega zapisa mu v očeh kupca dodatno zmanjšuje vrednost. Proizvajalci fonogramov so tako v težavah, ker se spopadajo na eni strani z visokimi fiksnimi stroški in na drugi z naraščajočo močjo trgovcev na drobno.

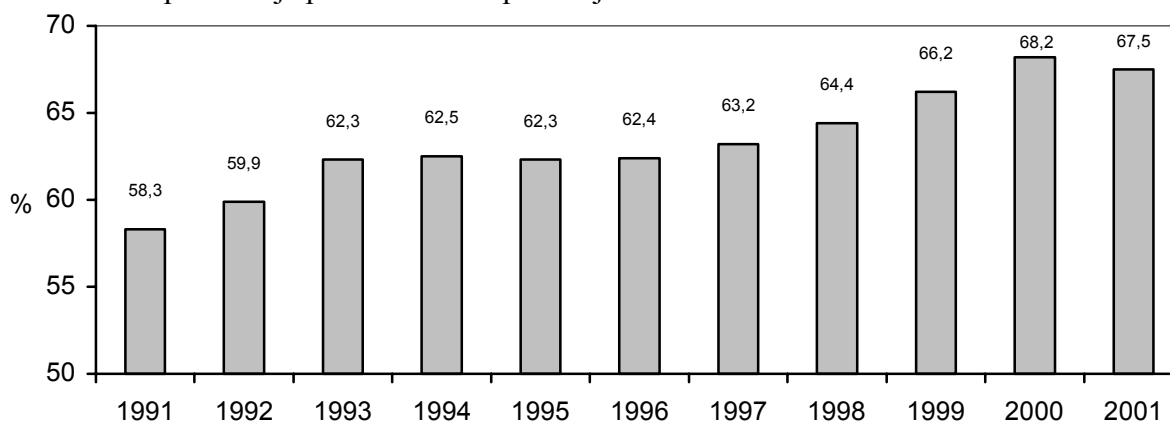
Slika 3: Svetovna prodaja fonogramov glede na format v letih 1991-2002



Vir: Recording industry in numbers 2001, str. 17; Recording industry world sales 2002, str. 6, 8.

V letih 1997-2001 je bilo med potrošniki opaziti povečano povpraševanje po domačih izvajalcih. Že sicer relativno visok odstotek se je na svetovni ravni letno zviševal za odstotno točko kot posledica rasti na največjih svetovnih trgih, ki imajo že tako visok odstotek povpraševanja po domačih avtorjih in zaradi svoje velikosti tudi velik vpliv na globalni trg. Izstopa Severna Amerika, kjer je bilo v letu 2001 prodanih 89,1% domačih izvajalcev. V tem letu se je odstotek za svetovni trg prvič v zadnjem desetletju za malenkost znižal. Izjema je bila Francija, kjer se trend predvsem zaradi demografsko starejšega trga nadaljuje in pozitivno vpliva na velikost skupne prodaje fonogramov. Francija je namreč med petimi največjimi svetovnimi trgi edina, ki se v letu 2002 lahko pohvali z rastjo prodaje nosilcev zvoka in slike (Recording industry world sales 2002, str. 1).

Slika 4: Povpraševanje po domačem repertoarju 1991-2001



Vir: Where did the music go, str. 7; Recording industry in numbers 2002, str. 12.

Gibanja na svetovnem trgu določa majhno število velikih trgov. Prodaja na desetih največjih trgih je v letu 2002 znašala kar 85% celotne svetovne prodaje nosilcev zvoka. Delež je v zadnjih šestih letih neprekinjeno naraščal. Velika koncentracija prodaje na eni strani kaže na ogromen potencial ostalih trgov v manj razvitem svetu in na drugi veliko odvisnost glasbene industrije od peščice trgov.

Tabela 4: Deset največjih trgov po maloprodajni vrednosti v milijonih USD (podatki vključujejo video nosilce)

Država	2002	2001	Sprememba v %
ZDA	12.609	13.739	-8,2
Japonska	5.001	5.514	-9,3
Velika Britanija	2.936	3.002	-2,2
Francija	2.070	1.990	4,1
Nemčija	2.053	2.260	-9,1
Kanada	621	678	-8,4
Italija	565	559	1,1
Španija	551	652	-15,6
Avstralija	532	565	-5,9
Mehika	462	553	-16,4
Skupaj prvih deset	27.401	29.512	-7,2
Skupaj svet	32.228	34.649	-7,2

Vir: Recording industry world sales 2002, str. 1.

Vpliv piratstva, internetne izmenjave in nedovoljenega domačega reproduciranja na prihodke od prodaje nosilcev zvoka je ocenjen v naslednjem poglavju. Poleg teh ne gre prezreti nekaterih ostalih okoliščin:

- **Konkurenca ostalih sektorjev industrije zabave** - V lanskem letu smo bili priča povečanju povpraševanja po filmih, ki ga spodbuja vse popularnejši DVD format in naraščajoča ponudba filmov na njem. Vpliv zamenjave VHS kaset z DVD-jem ni bil izmerjen, a je nedvomno del povečanja pripisati potrebi potrošnikov, da svoje kasete s filmi zamenjajo za digitalni format. V zadnjih letih vlada tudi vse večje zanimanje za video igre. Spodbujajo ga nove, grafično vedno zmogljivejše igralne konzole. Trg video iger velja v industriji zabave zaradi konstantne rasti za enega najperspektivnejših. Nenazadnje ne gre pozabiti na izdatke za mobilno telefonijo. Našteti dejavniki vsekakor negativno vplivajo na višino sredstev, ki jo potrošnik nameni za nakup glasbe. Padec prodaje fonogramov oz. zmanjšanje namenjenih sredstev med potrošniki za nakup le-teh je toliko bolj zaskrbljujoče, ker promet v nekaterih drugih panogah industrije zabave raste. Tabela 5 prikazuje, koliko v primerjavi z nekaterimi drugimi izdatki za fonograme nameni povprečen Američan:

Tabela 5: Letni izdatki v USD za medije na osebo v ZDA v letih 1998-2002

	1998	1999	2000	2001	2002
Fonogrami	61,67	65,13	62,80	60,57	58,81
Internet	27,63	41,77	50,63	62,08	75,10
Knjige	84,16	89,04	87,34	86,13	87,02
Revije in časopisi	99,82	98,70	97,26	97,69	98,77
Domači video	92,58	97,33	102,46	109,60	119,23
TV	167,38	181,71	194,63	210,58	225,34
Ostalo (rač. igre, kino...)	49,72	59,78	62,19	69,55	76,88
SKUPAJ	582,96	633,46	657,31	696,20	741,15

Vir: U. S. Entertainment Industry: 2002 MPA Market Statistics, str. 59.

- **Gospodarska negotovost** - Vpliv je čutiti zlasti v Latinski Ameriki in nekaterih azijskih trgih. Južna Koreja kot drugi največji azijski trg je v letu 2002 zabeležila več kot 30-odstoten padec prodaje nosilcev zvoka, v Latinski Ameriki je v istem letu pet od dvanajstih držav zabeležilo več kot 20-odstoten padec prodaje enot.
- **Pomanjkanje velikih zvezdnikov** - Delež albumov, ki se prodajajo v velikih nakladah, je v letih 2001 in 2002 nižji kot v poznih devetdesetih letih. V letu 2001 je skupna količina desetih najbolje prodajanih albumov v ZDA padla za tretjino v primerjavi z letom poprej. V zadnjih dveh letih je bil le en album (Eminem – The Eminem Show) v svetu prodan v več kot deset milijonih izvodih (Unexpected harmony, 2003, str. 59). Vzrokov za to ne gre iskati samo v internetni izmenjavi in kopiranju, ampak tudi v strategiji, ki jo glasbena industrija izvaja v zadnjem desetletju. Izraz industrija namreč nikoli v zgodovini ni bil tako primeren, kot je prav v teh časih, ko se zvezde proizvajajo na podlagi skrbno pripravljenih načrtov, sama vsebina glasbe pa že dolgo ni več najpomembnejši dejavnik uspeha. Za prodajo velikih naklad oziroma za nastanek velikih albumov najbrž omenjeni način ni najprimernejši, saj velika zvezdnika, kot sta Michael Jackson in Madonna, nista nastala na podlagi razpisov, kakršnim smo priča danes ob gledanju oddaj Popstars povsod po svetu.
- **Starost oz. zrelost CD nosilca** - Pomemben dejavnik padanja prodaje je dejstvo, da industrija nima pravega nadomestila za CD, ki se nahaja v fazi upadanja življenjskega cikla proizvoda. Če se ozremo nazaj, ugotovimo, da je bila v preteklosti rast fonogramskega trga posledica novih tehnologij. Danes je CD že postal prevladujoč format na večini svetovnih trgov, zato nadaljnje rasti ne gre pričakovati.
- **Spremenjen odnos do glasbe kot potrošne dobrine** - Ljudje se z glasbo srečujejo pogosteje kot kdajkoli prej. Prisotna je v filmih, reklamah, že ustaljenim načinom se pridružujejo tudi novi v obliki melodij zvonjenja mobilnih telefonov ipd.. Vse te pojavnosti oblike niso spodbuda za prodajo albumov, ampak postajajo samostojni proizvodi. Zdi se, da glasbena industrija v tem trenutku omenjenih načinov uporabe ni sposobna obrniti sebi v prid oziroma na njihovi podlagi kar največ iztržiti.

## 4. PIRATSTVO

### 4.1. IZVOR IMENA

Izraz piratstvo je v uporabi od pojava ladij, ki so sredi šestdesetih let ob obali Velike Britanije oddajale radijski program. Zasidrale so se tri milje pred obalo v mednarodnih vodah in zato zanje niso veljali nobeni zakoni. To je pomenilo, da jim za vrtenje uspešnic ni bilo potrebno plačevati nadomestil. Hitro se jih je prijel vzdevek piratski radio. Ker so oddajale predvsem glasbo z zelo malo govora, so postale izjemno priljubljene. Med najbolj znanimi postajami sta bili Radio Veronica in Radio Carolina, ki ju je bilo moč slišati v precejšnjem delu Evrope. Zakonodajalci so bili takrat v podobnih težavah kot danes, ker zakoni niso sledili tehnološkemu napredku. Ker so oddajale v mednarodnih vodah, oblasti teh postaj niso mogle prepovedati, a so se v sedemdesetih letih v Veliki Britaniji znašle tako, da so podjetjem prepovedale oglaševanje na piratskih radijskih postajah in oskrbo teh ladij iz pristanišč, kar je pirate v nekaj letih pripeljalo do propada (Pečenko, 2003, str. 21).

## 4.2. VRSTE

Glasbeno piratstvo sestavlja več aktivnosti, ki na različne načine vplivajo na fonogramsko industrijo. Splošna definicija, ki zajema vsa področja, ki lahko znižujejo prihodke industrije, se glasi:

*Glasbeno piratstvo je proizvodnja fizičnih ali elektronskih kopij glasbenega posnetka za nadaljnjo prodajo, darovanje ali osebno uporabo, ki nekatere ali vse upravičence iz naslova avtorskih pravic prikrajšajo za prihodke, ki jim z uporabo njihovih stvaritev pripadajo* (Piracy - will it kill the music industry?, 2003, str. 4).

Pomembno je ločiti med piratstvom iz pridobitnih namenov (v nadaljevanju komercialnim) in zasebnim piratstvom.

Tabela 6: Tipi glasbenega piratstva

	Fizično	Digitalno
<b>Komercialno</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• <b>Industrijsko</b> (Obrati za proizvodnjo CD-jev in kaset)</li> <li>• <b>Pol-industrijsko</b> (Garažne aktivnosti kopiranja kaset in CD-jev)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• <b>FTP gostovanje</b> (Komercialni strežniki s podatkovnimi zbirkami prenosljive glasbe)</li> <li>• <b>Peer-to-peer izmenjava</b> (Programi za povezovanje in izmenjavo glasbe med uporabniki)</li> </ul>
<b>Zasebno</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• <b>Kopiranje CD-R-ov in kaset</b> (Nezakonito kopiranje ali sestavljanje kompilacij za krog znancev in prijateljev ali za osebno uporabo)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• <b>Elektronska pošta</b> (Pošiljanje glasbenih datotek)</li> <li>• <b>Prepisovanje</b> (Na PC ali naprave za digitalno arhiviranje)</li> <li>• <b>Prenos od sebe</b> (Dajanje v souporabo, ang. uploading)</li> </ul>

Vir: Piracy - will it kill the music industry?, 2003, str. 4

Komercialno piratstvo ima po ugotovitvah IFPI, mednarodnega združenja proizvajalcev fonogramov, tri pojavne oblike (What is piracy, 2003):

- **Piratske kopije** - So kopije, katerih ovitki se razlikujejo od originalnih in tržijo pod okriljem piratskih »proizvajalcev fonogramov«. Največkrat gre za največje uspešnice določenega izvajalca ali pa zbirke določene zvrsti ali obdobja. Povečini so izdelani v industrijskih obratih in so značilne srebrne barve originala.
- **Ponaredki** - So kopije originalnih nosilcev, ki skušajo biti podobne originalu in z namenom preslepitve kupca vsebujejo tudi ponaredke zaščitnih znakov proizvajalca. Najpogosteje jih najdemo na CD-R nosilcu.
- **Bootlegi** - So nedovoljeni posnetki koncertov, nastopov v živo na radijskih oddajah in nikoli izdani studijski posnetki. Zaradi redkosti posnetega materiala gre ponavadi za nekoliko dražje proizvode, ki z leti lahko pridobijo celo visoko zbirateljsko vrednost. Zanimivo je, da pravno gledano prvi bootleg posnetki koncertov sploh niso bili piratski, ker v začetku snemanje na koncertih ni bilo avtorsko zaščiteno. Bootlegi v šestdesetih letih so bili vinilne plošče, sčasoma so jih zamenjale kasete, danes pa prevladuje CD

oziroma MP3. V času po osamosvojitvi smo jih lahko kupili tudi v slovenskih trgovinah s ploščami.

Kategorije so med seboj povezane, zato so meje med njimi pogosto zabrisane. Tako na primer udeleženci v fizičnem piratstvu glasbo dobivajo tudi s pomočjo interneta. Kljub vsemu je aktivnost smiselno segmentirati, saj so gospodarski učinki, udeleženci in organiziranost posameznih kategorij lahko zelo različni.

#### 4.2.1. Komerčno fizično piratstvo

Po uspešni zaježitvi pojava v letih 1998 in 1999 obseg piratstva izražen vrednostno v zadnjih treh letih ponovno raste, a je še vedno močno pod rekordno ravniyo leta 1997. Ocenjena vrednost prodanih piratskih fonogramskih izdelkov v svetu za leto 2002 znaša 4,6 milijarde dolarjev. Število prodanih enot se v zadnji štirih letih ni bistveno spreminjalo. Razširjenost piratske aktivnosti najbolje prikaže število piratskih nosilcev glede na skupno količino nosilcev na legalnem in piratskem trgu. Zaskrbljujoč je podatek, da 1,8 milijarde prodanih piratskih nosilcev pomeni, da je 40% vseh v letu 2002 prodanih nosilcev zvoka na zemeljski obli piratskih. Iz podatkov v tabeli 7 je razvidno, da vzroka za krizo fonogramske industrije ne gre iskati v komercialnem piratstvu, ki ostaja zelo resna, a po obsegu nespremenjena težava. Tako vrednostno kot tudi količinsko namreč delež na celotnem trgu ostaja relativno stabilen in brez razvidnega trenda. Za razumevanje zaskrbljenosti zaradi komercialnega piratstva v strokovnih krogih je potrebno pogledati spremembe deležev piratskih nosilcev v zadnjih letih oziroma eksponentno naraščajoč delež CD-R-a med njimi.

Tabela 7: Gibanje piratstva v svetu v zadnjih sedmih letih

	1996	1997	1998	1999	2000	2001	2002
Piratski trg (v milijardah \$)	5,1	5,3	4,5	4,1	4,2	4,3	4,6
Sprememba v %	-	3,9	-15,1	-8,9	2,4	2,4	7,0
<b>Piratski trg/Legalni in piratski trg (vrednostno) v %</b>	-	<b>12,2</b>	<b>10,5</b>	<b>9,6</b>	<b>10,2</b>	<b>11,3</b>	<b>12,9</b>
Enote (v milijardah)	1,9	2,0	2,3	1,9	1,8	1,9	1,8
Sprememba v %	-	5,3	15,0	-17,4	-5,3	5,5	-5,3
<b>Piratski trg/Legalni in piratski trg (količinsko) v %</b>	-	<b>37,0</b>	<b>40,3</b>	<b>35,9</b>	<b>34,6</b>	<b>38,0</b>	<b>39,0</b>
CD (v milijonih)	350	370	400	510	640	950	1100
Sprememba v %	-	5,7	8,1	27,5	25,5	48,4	15,8
Kasete (v milijonih)	1500	1600	1900	1400	1200	900	710
Sprememba v %	-	6,7	18,8	-26,3	-14,3	-25,0	-21,1

Vir: Recording industry in numbers 2001, str. 8; Music piracy report 2002, str. 2;  
Commercial piracy report 2003, str. 2.

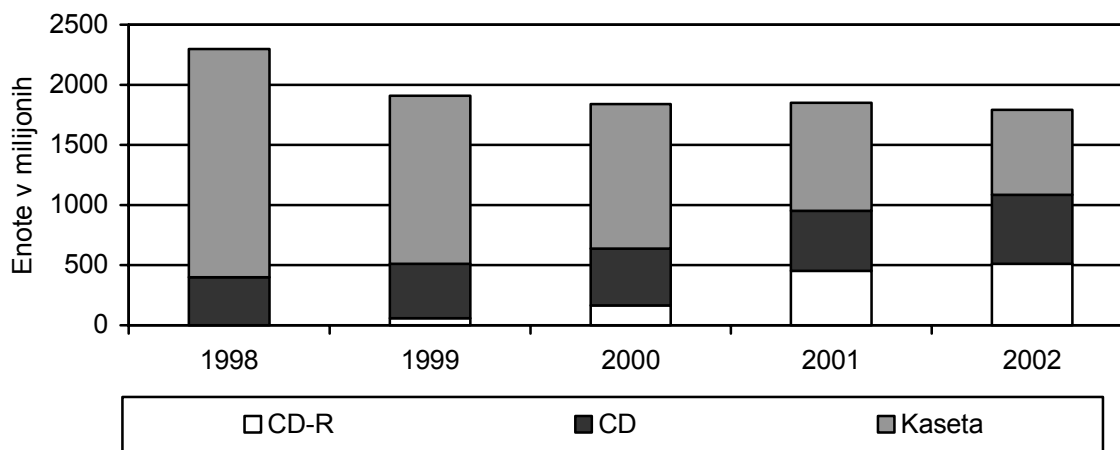
##### 4.2.1.1. Vrste piratskih nosilcev

V zadnjih letih se na piratskem trgu pojavljajo tri vrste nosilcev: kasete, CD in CD-Recordable (CD-R). Slednja se med seboj po videzu razlikujeta po spodnji plasti, ki je namenjena zapisu. Prvi je barvno enak originalu, CD-R pa se že na prvi pogled od originalnih ploščkov močno razlikuje. Spodnja plast je ponavadi zeleno modre ali v zadnjem času vse



pogosteje zlato rumene barve. Značilnosti razvoja tako legalnega kot piratskega CD trga v mnogočem spominjajo na osemdeseta leta, ko je bila najpomembnejši nosilec kasete. Piratstvo ima danes podobne pojavne oblike, zanj so najverjetneje odgovorne iste kriminalne združbe, ki se na podoben način prilagajajo razvoju tehnologije.

Slika 5: Komercialno piratstvo glede na vrsto nosilca v svetu v letih 1998-2002



Vir: Commercial piracy report 2003, str. 3.

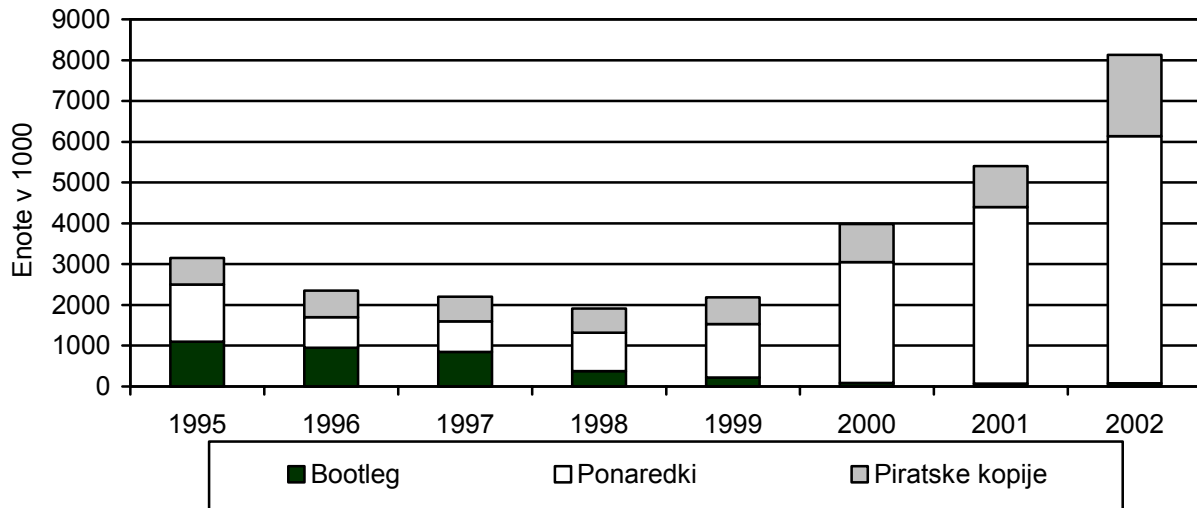
Še vedno morajo za opravljanje dejavnosti pridobiti velike količine praznih nosilcev, proizvodno opremo in zanesljivo oziroma zaupanja vredno delovno silo. Kljub podobnostim je za industrijo CD piratstvo bolj škodljivo iz več razlogov:

- **Kakovost** - Ker praktično ni izgube kakovosti zvoka, ga industrija v zavesti uporabnika težje označi za manj vrednega. Kljub očitni razliki v kakovosti je težko trditi, da je kakovost piratskega nosilca v primerjavi z originalnim v primeru kasete bistveno bolj odstopala kot v primeru CD-ja. Dejanski učinek razlike v kakovosti je torej lahko precej manjši, kot se zdi na prvi pogled.
- **Enostavnost in hitrost proizvodnje**
- **Dostopnost glasbenega repertoarja** - Širok izbor glasbe na spletu vključno s še neizdanimi skladbami omogoča, da se pirati lažje odzivajo na potrebe trga.
- **Stroški in cenovna politika** - Stroški proizvodnje piratskega CD-ja so danes nižji kot nekdanj pri kaseti. Zaradi visoke cene legalnega CD-ja je povpraševanje po piratskih proizvodih še večje, saj potrošniki kažejo vse manj zanimanja za v njihovih očeh precenjen original. Piratski CD bolj izrazito zmanjšuje prodajo osrednjega proizvoda, visoko dobičkonosnega originalnega CD-ja. Obenem ustvarja močnejši pritisk na znižanje maloprodajne cene originalnega CD-ja.

Kaseta, ki se, kot kaže slika 5, sicer poslavlja, je zaenkrat s 40-odstotnim deležem še vedno najpogostejši medij, predvsem zaradi močne prisotnosti v manj razvitih državah. CD-R na drugi strani postaja vedno pogostejši nosilec piratskih kopij in danes velja za glavni motor rasti piratstva, ki kaseto nadomešča. V letu 2001 je prvič skupno število prodanih piratskih CD-jev (CD in CD-R) preseglo število kaset. Nizka cena in razširjenost opreme za proizvodnjo praznih medijev in CD zapisovalnikov sta CD-R piratom močno olajšali vstop v panogo, saj lahko svojo dejavnost izvajajo z minimalnimi stroški v domačih garažah, opremljenih z računalniki in serijo CD zapisovalnikov. Obenem so bolj skriti in mobilni od industrijskih piratskih obratov za proizvodnjo navadnih ploščkov. Preostale razlike so:

- Širši izbor kopiranih izvajalcev, posebej domačih, po katerih se tudi na legalnem fonogramskem trgu v zadnjih desetih letih vse več povprašuje.
- Hitrejšje odzivanje na potrebe potrošnikov.
- Naraščajoča pomembnost na razvitejših trgih.

Slika 6: Komerzialno piratstvo v Veliki Britaniji v letih 1995-2002



Vir: BPI piracy report 2003, str. 3; Piracy report 2001, str. 2.

Kot je razvidno iz slike 6, je rast števila ponaredkov najbolj opazna na razvitih trgih, kakršen je britanski, kjer so po oceni British Phonographic Instituta ponaredki oziroma CD-R-i postali osrednji problem. Dodatno težavo predstavlja dejstvo, da vse več ponaredkov zamenja lastnika znotraj relativno zaprtih okolij, kot so šole, fakultete in pisarne. Dejavnost je sicer na videz podobna domačemu reproduciranju, vendar se ti CD-ji plačujejo.

Tudi industrijska proizvodnja piratskih CD-jev, ki se globalno sicer bistveno ne spreminja, se je v svetu v letu 2002 rahlo povečala predvsem zaradi tehnološkega razvoja opreme, ki zmanjšuje stroške proizvodnje in potrebo po usposobljenosti delovne sile. Hkrati to pomeni naraščajočo ponudbo poceni rabljene proizvodne opreme, ki je ob velikih presežkih kapacitet v industrijskih obratih najpomembnejše gonilo tovrstnega piratstva. Šibki točki industrijskega piratstva sta nedvomno daljša in neprilagodljiva distribucija ter težje skrivanje aktivnosti.

Z razvojem trga CD-jev se je razvijala tudi tehnologija za njegovo izdelavo. Medtem ko je šlo na začetku za zelo drago opremo, je bilo z leti proizvesti CD vse lažje in ceneje. Izumitelji CD-ja leta 1982 tako naglega razvoja tehnologije očitno niso predvideli, saj so zmotno mislili, da bo proizvodnja večno potekala znotraj velikih tovarn s pomočjo navadnim ljudem nedostopne tehnologije. Tako ob sprejetju predpisov za proizvodnjo CD-jev, zapisanih v dokumentu imenovanem The red book standard, ni bilo poskrbljeno za ustrezno zaščito pred kopiranjem. Vpliv razvoja tehnologije na komercialno piratstvo prikazuje tabela 8.

Tabela 8: Razvoj proizvodnje CD-ja

	Faza razvoja	Vpeljana tehnologija	Zrela faza
Zakonita proizvodnja	Veliki ind. obrati, zapletena proizvodnja	Manjši, samostojni obrati	Individualne enote za poceni kopiranje
Piratska proizvodnja	Možno le s podkupovanjem proizvajalcev	Piratski obrati v piratstvu »prijaznih« državah	Možnost hitre in poceni vzpostavitve blizu uporabnikov

Vir: Piracy - will it kill the music industry?, 2003, str. 10.

V zgodnjih letih proizvodnje CD-ja so bili praktično vsi proizvodni obrati last velikih proizvajalcev fonogramov. Piratski CD-ji so lahko nastajali le s podkupovanjem ali preslepitvijo lastnikov obratov, ki so zmotno mislili, da naročnik ima pravico reproduciranja in distribucije. Vse večja razširjenost tovrstnega početja je spodbudila protipiratske aktivnosti, ki so pirate prisilile v vzpostavitev zamotane mreže povezanih neodvisnih enot, da bi svoje aktivnosti skrili. Z razvojem trga in rastjo števila obratov (po oceni IFPI naj bi jih bilo leta 2003 na svetu več kot 1000) so glavni problem postali piratski obrati v državah s slabo avtorskopravno zakonodajo in oblastmi, ki te aktivnosti dopuščajo oziroma na ta račun bogatijo. Tabela 9 kaže svetovne trge, na katerih so proizvodne zmogljivosti več kot dvajsetkrat večje od povpraševanja. Vsem naštetim je skupno tudi pomanjkanje ustreznih predpisov, ki bi delovanje tovrstnih obratov urejali.

Tabela 9: Zmogljivost proizvodnje CD-jev v letu 2002

Država	Proizvodne zmogljivosti vseh oblik CD-jev (v milijonih enot)	Povpraševanje po vseh oblikah CD-jev (v milijonih enot)
Tajvan	7600	230
Hong Kong	2700	150
Kitajska	2500	700
Malezija	1600	65
Indija	800	160
Singapur	720	73
Tajska	500	53
Poljska	320	120
Ruska federacija	300	70
Indonezija	190	17
Češka republika	170	37

Vir: Commercial piracy report 2003, str. 3.

#### 4.2.1.2. Zemljepisna porazdelitev

Upoštevač eksponentno rast CD-R piratstva na razvitih trgih, bi zlahka verjeli napovedim o propadu fonogramske industrije, a je ob trendu, razvidnem iz slike 6, potrebno poudariti, da je komercialno fizično piratstvo v Veliki Britaniji v letu 2001 predstavljalo le 2,5% vseh prodanih enot v državi. V tabeli 10 so ocene stopenj piratstva drugod po svetu. Jasno razviden je vpliv razvitosti fonogramskega trga, bruto družbenega proizvoda na prebivalca in ustreznosti avtorskopravne zakonodaje.

Tabela 10: Raven piratstva v državah po svetu v letu 2002 kot odstotek celotne (legalne in piratske) količine prodanih enot

Raven piratstva v državah v letu 2002				
	<b>PREKO 50%</b>	<b>25-50%</b>	<b>10-25%</b>	<b>MANJ KOT 10%</b>
SEVERNA AMERIKA				Kanada ZDA
EVROPA	Bolgarija Estonija Grčija Latvija Litva Romunija Ruska federacija Ukrajina	Ciper Češka republika Hrvaška Italija Madžarska Poljska Portugalska Slovaška Španija	Belgija Finska Nizozemska Slovenija Turčija	Anglija Avstrija Danska Francija Irska Islandija Nemčija Norveška Švedska Švica
AZIJA	Indonezija Kitajska Malezija Pakistan	Filipini Hongkong Indija Tajska Tajvan	Južna Koreja Singapur	Japonska
LATINSKA AMERIKA	Argentina Bolivija Brazilija Ekvador Kolumbija Mehika Paragvaj Peru Urugvaj Venezuela	Čile Kostarika		
AVSTRALIJA IN OCEANIJA				Avstralija Nova Zelandija
BLIŽNJI VZHOD	Egipt Izrael Libanon	Kuvajt Saudova Arabija	Bahrajn Katar Oman	Zdr. Arabski Emirati
AFRIKA		Južna Afrika	Zimbabve	

Vir: Commercial piracy report 2003, str. 6.

Tabela 11: Največji piratski trgi v letu 2001

<b>Država</b>	<b>Velikost piratskega trga (v milijonih \$)</b>	<b>Stopnja piratstva (v %)</b>
Kitajska	400	90
Rusija	240	65
Brazilija	215	55
Indonezija	205	85
Mehika	175	60
Italija	110	25
Španija	70	30
Tajvan	50	50
Poljska	40	30
Grčija	35	50
<i>Srbija in Črna Gora</i>	-	90

Vir: Music piracy report 2002, str. 2.; Pečenko, 2003, str. 24.

Kljub nespremenjeni svetovni ravni komercialnega piratstva je pomembno zavedati se, da spremembe so možne in da so protipiratske aktivnosti sposobne več kot le ohranjati trenutno stanje. Stopnja piratstva je tako na Poljskem v obdobju 1990-2002 padla s 95% na 41%. Na drugi strani je v Španiji v obdobju 1997-2001 predvsem zaradi organiziranega CD-R piratstva narasla s 5% na 30% (Piracy - will it kill the music industry?, 2003, str. 7).

#### 4.2.1.3. Ugotovitve

- Obstaja nekaj temeljnih razlik v sestavi komercialnega fizičnega piratstva v primerjavi s preteklostjo.
- Delež piratskih enot glede na skupno število nosilcev se zadnja leta ne spreminja in bo najbrž tudi v prihodnje ostal približno tretjinski. Večina teh enot je prodanih na manj razvitih trgih.
- Vrednostni delež piratstva bo zaradi nizkih cen tega blaga težko presegel 12% celotnega fonogramskega trga.
- V skladu z razvojem fonogramskega trga bo delež CD-ja in CD-R-a med piratskimi nosilci naraščal.
- Posledični vpliv na prodajo legalnih CD-jev bo imel večji vpliv na dobičke panoge kot v primeru kasete.
- Nekateri trgi se bodo srečali s kratkotrajno močno povečano stopnjo piratstva zaradi prepoznega uvajanja protipiratskih aktivnosti.

#### 4.2.2. Digitalno piratstvo

##### 4.2.2.1. Opredelitev

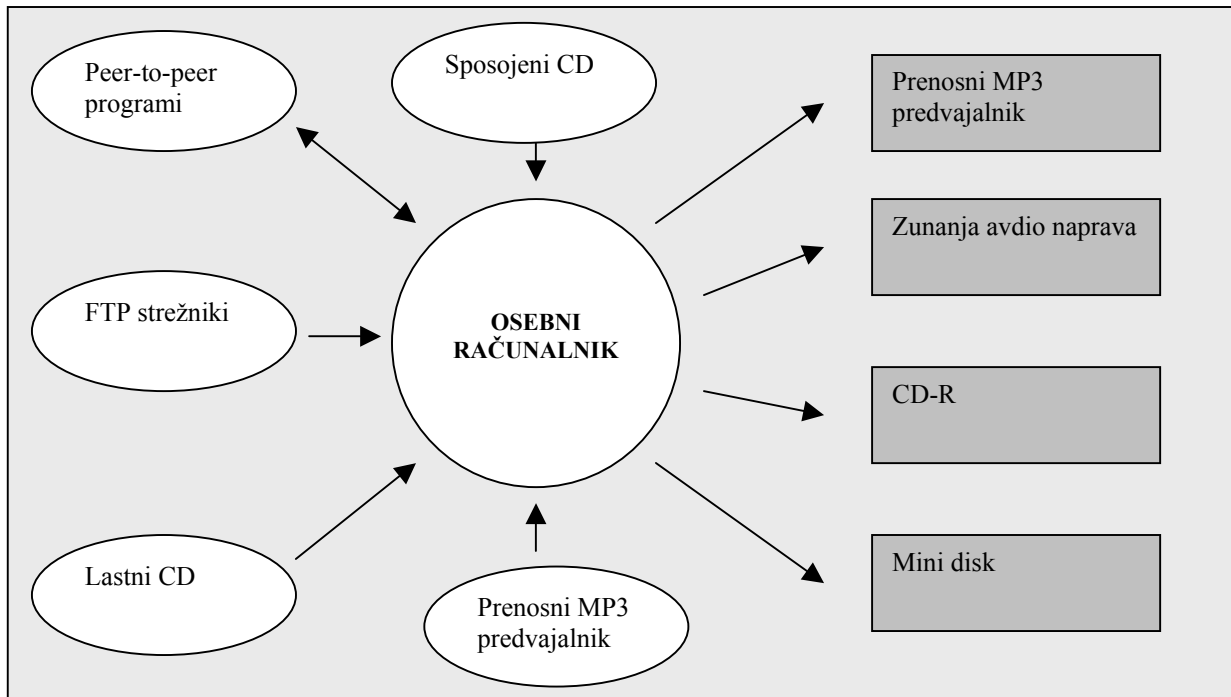
Digitalno piratstvo v grobem pomeni vse piratske aktivnosti, ki se izvajajo s pomočjo računalnika. V večini primerov reproduciranja s pomočjo osebnega računalnika gre za nezakonita početja, čeprav, kot sem zapisal v prvem poglavju, obstajajo tudi izjeme. Posnetki pridejo na računalnik s pomočjo interneta, s prepisovanjem CD-ja ali s prenosom iz mobilne arhivske enote. Ko so enkrat zapisani na trdem disku, jih uporabnik poljubno razvršča in uporablja na razne načine. Lahko jih predvaja neposredno na računalniku brez ali s pomočjo zunanje avdio naprave, lahko jih prenese na poljuben nosilec (CD-R, mini disk) ali prenosni MP3 predvajalnik in nenazadnje jih lahko preko interneta ali mrežne povezave prenese na drug računalnik. Vse to počne za lastno, zasebno uporabo ali z namenom dajanja na razpolago drugim proti plačilu ali zastonj. Meja med komercialnim in zasebnim je pri digitalnem piratstvu še bolj zabrisana kot pri fizičnem.

Internet je nedvomno velika priložnost za razvoj glasbene industrije, predvsem ker ponuja možnost za nove načine distribucije glasbe, a obenem prinaša nevarnosti. Digitalno piratstvo v ožjem pomenu besede pomeni prenos glasbenih datotek od sebe na splet ali ftp strežnike ali ponujanje teh datotek na domačem računalniku za takojšen dostop kateremukoli internetnemu uporabniku. Za slednjo dejavnost so na voljo t.i. 'peer-to-peer' programi (peer – ang., biti enak), orodja za izmenjavo datotek, ki nedvomno spodbujajo prepovedano kopiranje glasbe. Poleg teh so tu še strani, ki vsebujejo povezave do datotek, na katere enostavno kliknemo in sprožimo prenos, ter strani, ki ponujajo vstopne kode, serijske številke, programe in ostala pomagala pri premagovanju tehnoloških zaščitnih sredstev za nadzor kopiranja avtorsko zaščitanih del. Internet se v veliki meri uporablja tudi za prodajanje fizičnega piratskega blaga.

#### 4.2.2.2. MP3

Glasbene datoteke na avdio CD-ju navadno obsegajo približno 10 MB podatkov za minuto glasbe. Za prenos glasbe preko interneta v taki obliki bi potrebovali veliko časa. Količino podatkov je mogoče zmanjšati tako, da se podatki, ki opisujejo zvok na določenih manj pomembnih frekvencah, izpustijo. V ta namen so na Fraunhofer Institut für Integrierte Schaltungen konec osemdesetih razvili algoritem in ga leta 1989 v Nemčiji patentirali (Jones).

Slika 7: Sestava digitalnega piratstva



Vir: Piracy - will it kill the music industry?, 2003, str. 13.

V prvi polovici devetdesetih se je nadgrajeval v obliko, ki je danes znana kot ISO-MPEG audio layer-3 standard ali kratko MP3. Za razširjenost formata je bilo potrebno razviti še primeren predvajalnik, kar se je zgodilo šele leta 1997, ko so pri Advanced Multimedia Products ustvarili AMP MP3 predvajalnik. Ta je bil osnova za leto kasneje nastali brezplačni predvajalnik Winamp, katerega pojav je pomenil začetek MP3 obdobja. Leta 1999 se je zgodil Napster, program za internetno izmenjavo glasbe, s katerim so uporabniki dobili še zadnje potrebno orodje za poslušanje neomejene količine glasbe. Vsem trem inovacijam je skupno, da so vsakomur brezplačno na voljo. Najpomembnejši je vsekakor prispevek lastnikov patenta MP3 formata, ki dovolijo nadaljnjo prosto uporabo le-tega v predvajalnikih in kodirnikih. Obstaja namreč kar nekaj drugih digitalnih avdio formatov, ki so učinkovitejši oziroma zvenijo bolje, vendar so v lasti podjetij, ki so jih razvila, kar v praksi pomeni, da omejujejo možnosti uporabe njihove tehnologije. Eden takih je vse bolj priljubljeni Windows Media Audio (WMA) podjetja Microsoft.

Programi za nezakonito izmenjavo datotek so danes najnevarnejša grožnja glasbeni industriji. Začetnik Napster, ki je bil prepovedan leta 2001, je deloval na podlagi centraliziranega seznama datotek, s čimer je bilo njegovo delovanje pravno lažje onemogočiti, saj je bil njegov prispevek k izmenjavi konkretniji. Poleg tega je bilo podjetje, ki je bilo lastnik programa,

registrirano na ameriških tleh in so zanj veljali tamkajšnji zakoni. Večina danes delujočih servisov, ki so mu sledili, je decentraliziranih in so samo še posredniki pri izmenjavi, kar jih iz pravnega vidika opravičuje krivde. Obenem so ti peer-to-peer programi v lasti podjetij, ki so registrirana v eksotičnih državah z neustrezno zakonodajo. Trenutno najpopularnejši je servis Kazaa, last podjetja Sharman Networks, ki je registrirano v davčni oazi, na majhnem pacifiškemu otoku Vanuatu. Maja letos je podjetje omenjeni program razglasilo za najpopularnejšega vseh časov, saj ga je na svoj računalnik do takrat preneslo več kot 230 milijonov uporabnikov (Kazaa Media Desktop sets most downloaded software record, 2003).

#### 4.2.2.3. Obseg internetne izmenjave datotek

Vsak poskus določanja števila na internetu dostopnih datotek je le grobo ocenjevanje, a vseeno združenja fonografske industrije predvidevajo, da je bilo v letu 2001 približno 99% datotek ilegalnih oziroma so bile na voljo uporabnikom brez dovoljenja nosilcev avtorskih in sorodnih pravic. IFPI je ocenil, da je bilo maja 2002 vsak trenutek na spletu približno 3 milijone uporabnikov vseh peer-to-peer programov, ki so ponujali 500 milijonov datotek. V enakem obdobju je bilo na voljo približno 200 tisoč dodatnih spletnih in ftp strani, ki so gostile ali nudile povezavo do 100 milijonov ilegalnih glasbenih datotek (Music Piracy Report 2002, str. 9). Marca 2003 je po navedbah Enders Analysis število uporabnikov, ki so v vsakem trenutku na spletu ponujali glasbo, naraslo na 4,5 milijonov, število datotek pa na več kot 900 milijonov (Piracy - will it kill the music industry?, 2003, str. 14). Nemško zvezno združenje proizvajalcev fonogramov (Bundesverband der Phonographischen Wirtschaft und die Filmfoerderungsanstalt) ocenjuje, da se je število pesmi, ki so si jih Nemci v letu 2002 brezplačno naložili z interneta v primerjavi s prejšnjim letom povečalo kar za četrtno na 622 milijonov (V Nemčiji se je v zadnjem letu kopiranje zgoščenk krepko razpaslo, 2003).

Vse večja razširjenost zmogljivejših širokopasovnih povezav nezakonito izmenjavo še dodatno spodbuja. Raziskava podjetja Leichtman Research kaže, da se je število širokopasovnih priključkov v ZDA v prvih treh mesecih letošnjega leta povečalo za 1,9 milijona na 19,3 milijone. Konec leta 2003 naj bi jih bilo 24 milijonov, ob zaključku leta 2008 pa že 56 milijonov (Digital Music Downloading, str. 7).

Čeprav izmenjava datotek med uporabniki v Veliki Britaniji ni omenjena kot glavni razlog za nadgradnjo, postane po posodobitvi priključkov ponavadi ena pomembnejših aktivnosti. V novembru leta 2002 med uporabniki širokopasovnih povezav v Veliki Britaniji izvedeni anketi sta le 2% vprašanih za razlog nadgradnje navedla prenos glasbenih datotek, vendar kar 51% anketiranih to kasneje počne (Consumers' use of Internet - November 2002, str. 17, 18). V času ankete je imelo širokopasovni dostop do interneta le 3% britanskih gospodinjstev. Anketa se torej nanaša le na peščico zgodnjih uporabnikov teh storitev, a vseeno opozarja na potencialno nevarnost. Do maja 2003 se je delež namreč dvignil na 14% (Consumers' use of Internet - February 2003, str. 5).

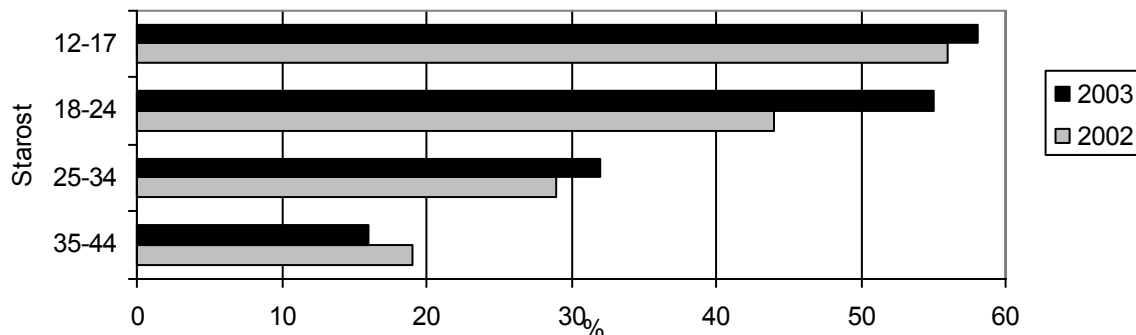
#### 4.2.2.4. Obnašanje potrošnikov

Razširjenost širokopasovnih povezav in CD zapisovalnikov sta poglavitna dejavnika, ki spodbujata digitalno piratstvo. Vendar vzroki za težave niso le v tehnološkem napredku. Pomemben je tudi slab odnos uporabnikov do glasbe in panoge nasploh. Vse več je takih, ki menijo, da bi glasba morala biti brezplačna. V vsakdanjem življenju v večini primerov za poslušanje glasbe dejansko ni potrebno plačati. Zato je ljudi, še posebej mlade, toliko težje prepričati, naj posnetke kupujejo. V ZDA se tako danes 60 odstotkom najstnikov nezakonito

internetno prenašanje glasbe ne zdi moralno sporno. Nekoliko tolaži le podatek, da je bilo lansko leto takih celo 74% (National Record Buyers - Study 3, 2003, str. 35). Spreminjajoč odnos do glasbe vpliva na nakupno obnašanje potrošnikov po svetu in bo v prihodnjih letih določal razvoj industrije.

Za natančnejši vpogled v obnašanje potrošnikov pogledjmo rezultate raziskave podjetja Edison Media Research, ki je bila izvedena maja 2003 med 1003 ameriškimi uporabniki interneta. Kot kaže slika 8, je prenos datotek posebej med mlajšimi uporabniki zelo pogost pojav.

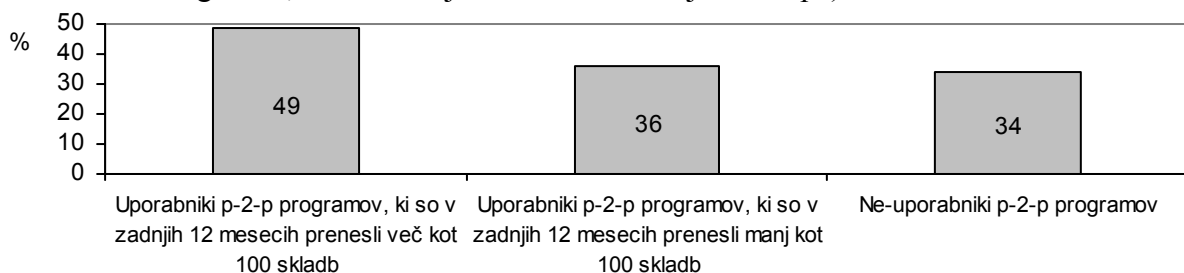
Slika 8: Delež uporabnikov, ki so že prenesli glasbene datoteke s spleta



Vir: National Record Buyers - Study 3, str. 24.

Raziskave kažejo, da izkušnje z izmenjavanjem datotek vplivajo na nakupno vedenje. Mogoče je sicer, da kot trdijo nekateri, izmenjava delov albuma določene uporabnike spodbuja k nakupu CD-ja, a v povprečju je učinek na obseg nakupov negativen. Med vprašanimi sta bila najpogosteje navedena razloga zmanjšanja nakupov ravno prenos datotek in zapisovanje CD-R-ov. Le 25% tistih, ki se ukvarjajo s prenosom datotek, trdi, da posledično kupuje več glasbe. Opozoriti velja na podatek, da tretjina potrošnikov, ki se ne poslužuje internetne izmenjave, prav tako kupuje manj originalnih nosilcev. Zmanjšanje potrošnje je torej posledica več dejavnikov.

Slika 9: Vpliv prenosa datotek na nakupno obnašanje (delež kupcev fonogramov, ki so v zadnjih 12 mesecih zmanjšali nakupe)



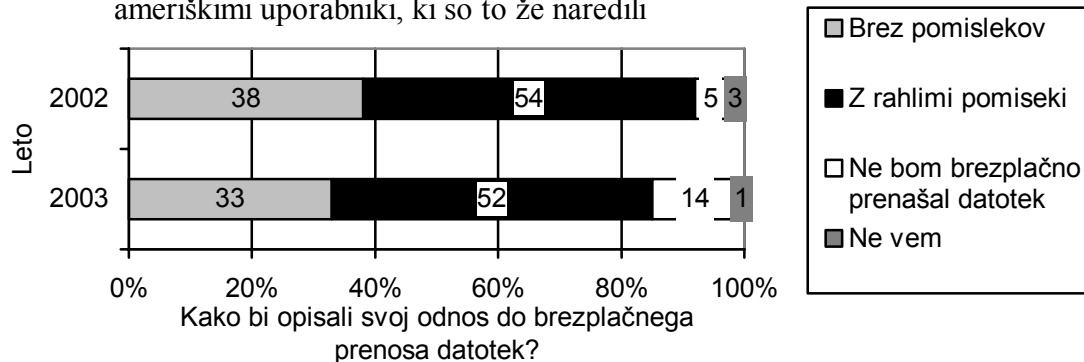
Vir: National Record Buyers - Study 3, str. 31.

Med uporabniki internetne izmenjave najdemo precej takih, ki to počno intenzivno, saj jih je 44% v zadnjih dvanajst mesecih preneslo več kot 100 glasbenih datotek. Intenzivno prenašanje datotek, ki je značilno predvsem za mlajše anketirance, močno vpliva na zmanjšanje izdatkov za nakup glasbe. Vodilni v glasbeni industriji sicer radi poudarijo, da vsaka prenesena datoteka pomeni izgubljen nakup, vendar je med mladimi internetna izmenjava v določeni meri le posledica pomanjkanja denarja oziroma nakupov drugih dobrin in ni posledica razumske odločitve o zmanjšanju nakupov glasbe. Spodbudne so spremembe v



odnosu do internetne izmenjave med uporabniki, še posebej naraščajoči delež tistih, ki sicer imajo izkušnje s prenosom datotek, a tega v bodoče ne bodo več počeli.

Slika 10: Odnos do brezplačnega prenosa datotek med tistimi ameriškimi uporabniki, ki so to že naredili



Vir: National record buyers - study 3, str. 37.

#### 4.2.3. Nedovoljeno domače reproduciranje ali zasebno fizično piratstvo

V sedemdesetih in osemdesetih letih prejšnjega stoletja je bilo med najstniki in študenti kopiranje LP-jev in CD-jev na kasete nekaj običajnega. Tudi starejši uporabniki so izdelovali kopije za predvajanje v avtomobilih. Tudi danes je proizvodnja kopij za domačo, nepridobitno uporabo zelo razširjeno početje, spremenil se je le nosilec. Ker gre v večini primerov za zapisovanje na CD-R-e s pomočjo računalnikov, se aktivnost med analitiki pogosto obravnava v sklopu digitalnega piratstva, s katerim je v tesni povezavi, saj večkrat neposredno sledi internetni izmenjavi datotek. Mnogo uporabnikov namreč tako pridobljene datoteke posname na CD.

Čeprav je obseg dejavnosti težko natančno oceniti, obstajajo poskusi. Nemško zvezno združenje proizvajalcev fonogramov je tako na podlagi posebne raziskave zaskrbljeno ugotovilo, da so samo v Nemčiji leta 2002 doma posneli 259 milijonov glasbenih CD-R-ov, kar je za 42% več kot v letu 2001 (V Nemčiji se je v zadnjem letu kopiranje zgoščenk krepko razpaslo, 2003). Če predvidevamo, da so vse kopije ilegalne, in to številko primerjamo s 178 milijoni prodanih originalnih CD-jev (Recording industry world sales 2002, str. 5), lahko hitro ugotovimo, da je delež ilegalnih kopij v Nemčiji 60%. Ta odstotek ne vključuje pravih piratskih kopij, narejenih s pridobitnim namenom. V ZDA so po podatkih CNN Money v letu 2002 prodali za 40% več praznih CD-jev kot leto poprej (AOL to offer song downloads, 2003).

Tabela 12 primerja navade kupcev CD-R nosilcev na dveh izmed štirih največjih svetovnih trgov. Podatki kažejo, da je število CD-R nosilcev namenjenih kopiranju glasbe že leta 2001 približno enako številu prodanih originalnih glasbenih CD-jev. Čeprav še zdaleč ni vsak posnet CD-R nadomestek zakonitega izvoda, razširjenost opreme in medijev za domače zapisovanje glasbe vsekakor vidno zmanjšuje prodajo legalnih fonogramov. Tolaži le dejstvo, da je bila kasete v osemdesetih enako pereč problem, a je panoga vseeno preživela.

Tabela 12: Primerjava potrošniških navad v Nemčiji in na Japonskem

Značilnosti CD-R trga (obdobje enega leta)	Nemčija (2001)	Japonska (junij 2001-junij 2002)
Razširjenost CD zapisovalnikov med prebivalstvom (%)	23	20
Delež lastnikov, ki zapisujejo avdio CD-R-e (%)	27	29
Delež od teh, ki CD-R-e nato razpečujejo (%)	49	45
Število CD-R kopij na prebivalca	10,7	6,1
<b>Število glasbenih CD-R kopij (v milijonih)</b>	<b>182</b>	<b>236</b>
Število vseh prodanih CD-R-ov (v milijonih)	332	492
Delež CD-R-ov, namenjen kopiranju glasbe (%)	55	48
Podatki o fonogramskem trgu		
<b>Število prodanih CD-jev (v milijonih)</b>	<b>166</b>	<b>250</b>

Vir: Piracy - will it kill the music industry?, 2003, str. 14.

#### 4.3. POSLEDICE PIRATSTVA

Ekonomske posledice piratstva so sodeč po podatkih v tabeli 7 na strani 20 ogromne. V prvi vrsti jih občutijo prav vsi v verigi udeležencev glasbenega posla. Več o njihovih prihodkih je zapisano v drugem poglavju o glasbenem trgu. Obenem ima pojav negativen vpliv na gospodarstvo, saj zmanjšuje investicije in davčne prihodke v državno blagajno. Pogosto je denar, pridobljen s prodajo piratskih izdelkov, kasneje povezan s trgovino z drogami, pranjem denarja in spodbujanjem drugih oblik organiziranega kriminala. Združenja proizvajalcev fonogramov rada poudarjajo, da piratstvo z uničevanjem glasbene industrije posredno zatira kulturo. Mednarodna glasbena industrija namreč investira ogromne vsote v nove talente. Vendar je ta argument zgrajen na šibkih temeljih, saj pirati večinoma želijo hiter in enostaven zaslužek. Zato kopirajo najbolj prodajane izvajalce, za katere založniki namenjajo večino trženjskih sredstev. Ti pa v današnjem času z umetnostjo nimajo veliko skupnega.

Nenazadnje občutijo posledice vseh pojavov tudi potrošniki, ki so prikrajšani za širok izbor glasbe. Distributerji in trgovci so se namreč manjšemu povpraševanju prilagodili tako, da ponujajo le še popularnejše izdelke. Nekako po vzoru proizvajalcev fonogramov in založnikov, ki tržijo samo še donosne avtorje in izvajalce. Tako je danes v trgovinah na zahodu ponudba glasbe vse slabša. Časi, ko si v večjih trgovinah lahko dobil karkoli, so mimo. Brez težav sicer lahko po pretirano visoki ceni kupiš hit izdelek, a če želiš manj znanega izvajalca manjše, neodvisne založbe, je potrebno izdelek prej naročiti in nanj čakati. In vse to spet vodi na internet, kjer trgovine še vedno imajo razširjeno ponudbo. Predvsem pa je na internetu lažje preko ilegalne izmenjave priti do širokega izbora manj popularne glasbe. Kar seveda spet dodatno vpliva na zmanjšanje prodaje po konvencionalnih poteh in sklene začarani krog.

Enders Analysis je v začetku leta izdelal grobo oceno škode, ki jo povzroča digitalno piratstvo v obliki nezakonitega internetnega prenosa datotek in zasebnega zapisovanja CD-R-ov, po kateri omenjeni dejavnosti povzročata 35-40% globalnega padca prodaje fonogramov. V letu 2002 je bila po njihovem zabeležena njuna največja rast, zato za prihodnja leta napovedujejo

umiritev padanja prodaje. Izboljšan nadzor nad digitalnim piratstvom in dejstvo, da so CD zapisovalniki na velikih trgih že dosegli visoko stopnjo razširjenosti, sta po njihovem glavna razloga za boljše obete.

Zanimivo je tudi, da gre 86% padca vrednosti prodaje nosilcev v letu 2001 pripisati štirim, z vidika razširjenosti interneta in CD-R snemalnikov najrazvitejšim trgov - ameriškemu, japonskemu, nemškemu in kanadskemu. Tudi v letu 2002 so bili omenjeni trgi med najbolj prizadetimi. Zasebno piratstvo ima velik vpliv na globalno zmanjšanje prodaje fonogramov. Tako bo tudi v prihodnje, vse dokler bo mogoča neovirana spletna izmenjava glasbe.

## 5. UKREPI

Najpogostejši, čeravno ne najbolj učinkovit način boja proti piratstvu, so odkrivanja in zaplembe piratske opreme in medijev ter sodno preiganje proizvajalcev in distributerjev letih. Vodilno vlogo na tem področju prevzemajo združenja proizvajalcev fonogramov, ki z detektivi, analitiki in drugim strokovnim kadrom nudijo pomoč vladnim organom in policijam po svetu. IFPI je tako v letu 2001 razvil svetovno protipiratsko mrežo z regionalnimi središči na vsakem kontinentu. Na voljo imajo laboratorije za odkrivanje izvora piratskih nosilcev, podatkovne zbirke piratskih proizvodov s celega sveta in izobraževalno enoto, ki sodeluje z oblastmi po svetu. Natančne številke o obsegu protipiratske dejavnosti niso na voljo. Enders Analysis ocenjuje, da so stroški aktivnosti na globalni ravni med 100 in 150 milijoni USD. Rezultati teh naporov so razvidni iz tabele 13.

Tabela 13: Zaplembe piratske opreme in nosilcev zvoka v svetu v letih 2000 in 2001

	Sprememba 2001/2000	Št. zaseženih enot 2001	Št. zaseženih enot 2000
Posneti CD-R	300 %	9.600.000	3.200.000
Posneti CD	-	3.000.000	-
Prazni CD-R	2111%	19.000.000	900.000
Ovitki za CD	383%	46.000.000	12.000.000
Proizvodni obrati	210%	42	20

Vir: Music piracy report 2002, str. 5.

V letu 2001 zaprtih 42 obratov ima zmogljivosti proizvesti letno okrog 200 milijonov piratskih CD-jev, kar je enako letnemu povpraševanju po legalnih CD-jih v Veliki Britaniji. Največ naporov bo v prihodnje potrebno usmeriti v naraščajočo razširjenost CD-R piratstva. Čeprav gre za svetoven pojav, je najbolj prizadeta Južna Amerika, kjer ima CD-R med piratskimi diski kar 90% delež. Podobno resen položaj je zaslediti v Italiji, Grčiji in Španiji, kjer so večje tovarne za tiskanje srebrnih ploščkov zamenjali številni manjši garažni CD-R obrati s stolpi računalniških zapisovalnikov. Za učinkovito borbo proti tej vrsti piratstva bi bilo potrebno na eni strani uničiti centre piratske trgovine in na drugi preprečevati tihotapljenje praznih CD-R diskov iz jugovzhodne Azije s poostrenim nadzorovanjem meja. Glavni motor piratske dejavnosti jugovzhodne Azije, Rusije in nekaterih delov Evrope ostajajo večji obrati ali celo tovarne za proizvodnjo navadnih CD-jev. V zadnjem času so najbolj na udaru Tajska, Vietnam, Kambodža, Myanmar, Rusija in Ukrajina. Bistvena težava je pomanjkanje predpisov za delovanje, s katerimi bi oblasti lahko proizvodnjo nadzorovale. Tako se pogosto v obratu, ki sicer proizvaja legalne nosilce, izdelujejo tudi piratski. Združenja zato izobražujejo lastnike tovarn o tveganjih in kako se jim izogniti. Nujna je aktivna udeležba države, ki ne sme le pasivno opazovati nevarnosti, katerim je izpostavljena na avtorski pravici zgrajena industrija, ki je v letu 2001 npr. v ZDA ustvarila 5,2% bruto

družbenega proizvoda (Music piracy report 2002, str. 1). Čeprav se združenja proizvajalcev fonogramov intenzivno ukvarjajo s tem problemom, je njihov uspeh močno odvisen od sodelovanja z vladnimi strukturami, sodstvom in policijo.

Tabela 14: Boj proti internetnem piratstvu v letu 2001

	V letu 2001 odstranjeno
Peer-to-peer strežniki	1.060
www in ftp strani	28.000
datoteke	700.000.000

Vir: Music piracy report 2002, str. 9.

## 5.1. IZOBRAŽEVANJE IN PODOBA GLASBENE INDUSTRIJE

Nezakonitih aktivnosti ne bo mogoče popolnoma izkoreniniti, saj ima vsak trg svojo minimalno raven piratstva, ki bo vedno obstajala. Vendar je mogoče z načrtnim izobraževanjem doseči, da bodo uporabniki piratske izdelke videli kot tvegane in manjvredne, kar je v preteklosti večino ljudi odvrnilo od nakupov takega blaga in naj bi delovalo tudi v prihodnje.

Hkrati je uporabnike potrebno ozavestiti o obsegu škode, ki jo povzročijo s prepovedanimi načini uporabe avtorskih del. Mediji se prepogosto osredotočijo le na bogastvo, ki ga zvezdniki kopičijo, in razkošje, v katerem živijo. Pred kratkim smo lahko na glasbenem programu MTV spremljali oddajo, v kateri so najstniški zvezdniki razkazovali svoje razkošne vile. Oddaj, v katerih bi poglobljeno razpravljali o vsebini avtorske glasbe in trudu, ki ga določeni avtorji in izvajalci vlagajo v svoje delo, je v tovrstnih medijih malo. Pri tem izstopajo ravno mediji, namenjeni najstnikom, ki med kupci predstavljajo pomemben segment. Kar 51% ameriških najstnikov meni, da so dobesedno vsi glasbeni izvajalci in zaposleni v glasbeni industriji bogati, da živijo v razkošnih vilah in se vozijo z dragimi avtomobili (National Record Buyers - Study 3, 2003, str. 43). Dodatno težavo predstavlja dejstvo, da imajo ravno mladi kupci največ računalniškega znanja in so vajeni uporabe interneta in orodij, s katerimi se kršijo avtorske pravice.

Na razvitih glasbenih trgih je pozornost protipiratskih aktivnosti izobraževanja usmerjena predvsem na spreminjanje miselnosti, da je glasba brezplačna dobrina. V Kanadi CRIA izvaja projekt "Protivrednost za glasbo", s katerim v okviru glasbenega pouka izobražuje približno štiri milijone učencev osnovnih in srednjih šol. V ZDA je RIAA predstavila podoben projekt v okviru učnega načrta 10 tisoč šol po vsej državi (Piracy - will it kill the music industry, 2003, str. 22). Kljub jasnemu in plemenitemu namenu tovrstnih akcij, je vprašanje, če imajo v prepričevanju najstnikov o moralni spornosti digitalnega piratstva omembe vreden učinek. Pravila igre v kapitalizmu so namreč jasna: če želiš nekaj imeti, moraš to plačati. Če se ti ponudi možnost dobiti to po nižji ceni ali celo zastonj, najbrž ne bo pomagalo, če te prodajalec poskuša prepričati z argumenti, ki bi v tebi vzbujali slabo vest. Zniževanje stroškov oziroma maksimiranje dobička je pogosto uporabljan izraz pri opisovanju ekonomike subjektov, o pravičnosti je, roko na srce, na učnih urah kapitalizma malo govora. Dvomim, da bi jo lahko uspešno učili zaradi težav glasbene industrije. V bistvu danes potrošniki počno ravno tisto, kar je industrija izvajala v zadnjih desetih letih. Povečujejo dobičke oz. zmanjšujejo stroške z izkoriščanjem priložnosti, ki se jim ponujajo. Industrija je

pred leti izkoriščala svoj monopolni položaj, danes ji uporabniki vračajo, ko uporabljajo vsem dostopno tehnologijo, da bi se izognili nakupu dragega legalnega proizvoda.

Razvoj dogodkov je v določeni meri tudi posledica problema vsebine glasbe. Ta je danes v večini medijev plehka in lahko poslušljiva. Pravzaprav jo je včasih že težko označiti za avtorsko, kaj šele, da bi predstavljali njene avtorje kot umetnike, katerih delo je potrebno spoštovati. Zato se celo tisti redki uporabniki, ki se znajdejo v moralni dilemi, lažje odločijo za nezakonit način dostopa. Površen opazovalec bi lahko dobil vtis, da je ustvarjalnosti v glasbi danes manj kot v preteklosti in to označil za enega razlogov krize industrije. Vendar to ne drži, saj je danes raznolike avtorske glasbe veliko, vendar se v medijih ne pojavlja tako pogosto kot pred leti.

## 5.2. TEHNOLOŠKI UKREPI

Učinkovitost t.i. tehnoloških zaščitnih ukrepov (TPM - Technological Protection Measures) za nadzor nad kopiranjem, distribucijo in drugo uporabo avtorskih del je močno odvisna od obstoja ustrezne zakonodaje, ki bi te ukrepe ščitila. Obstajata dve vrsti zaščitnih ukrepov, katerih vsebina se stalno spreminja (WIPO Treaties: Technological measures, 2003, str. 1):

- **Nadzor dostopa** je najbolj osnovni in hkrati najpomembnejši način. Vsakdanja pojavnost oblika nadzora dostopa je šifriranje. V tem primeru uporabnik sicer dobi podatke, a mora izvesti dodaten postopek dešifriranja, da bi jih lahko uporabljal. Druga oblika nadzora je uporaba postopkov, ki dovoljujejo dostop na podlagi preverjanja identitete. Tak primer je zaščita dostopa do strežnika z geslom. Imetnikom obe obliki omogočata uveljavljanje pravic bodisi ob prodaji fizičnih kopij ali ob razširjanju elektronskih kopij med uporabnike.
- **Nadzor kopiranja ali uporabe** je način, ki imetniku avtorske pravice omogoči, da ta uporabnikom, ki imajo dostop do avtorskega dela, določene legalne postopke uporabe dovoli in hkrati protizakonite prepreči. Na ta način se neposredno omeji nedovoljeno reproduciranje, javno objavljane in druge vrste uveljavljanja pravic. Leta 2002 so se na trgu prvič pojavili CD-ji z zaščito pred kopiranjem in dvignili precej prahu. Po mnenju mnogih upravičeno, saj imajo kupci po večini zakonov pravico narediti tri kopije kupljenega CD-ja. V začetku so bili ti CD-ji pred kopiranjem zaščiteni enostavno tako, da jih računalniška CD-ROM enota ni zaznala. V praksi se je ob poskusu poslušanja tako zaščitene CD-jev uporabnikom dogajalo, da jih tudi nekatere avdio naprave enostavno niso zaznale. Z razvojem bodo vsi t.i. copy protected CD-ji opremljeni s programom, ki omogoča predvajanje tudi na računalniku, preprečeno bo le prenašanje podatkov z nosilca na trdi disk. Najbrž ni potrebno omenjati, da hekerji način za odstranitev take zaščite ponavadi najdejo v nekaj dneh. Četudi je ne bi, je učinkovitost omenjenega zaščitnega ukrepa omejena, saj je jasno, da je vsako glasbo, ki jo lahko poslušamo, možno tudi kopirati. V primeru pred kopiranjem zaščitene CD-ja enostavno s pomočjo zunanje predvajalne enote in vhoda na zvočni kartici.

Ukrepi so torej lahko učinkoviti le z ustrezno zakonsko podporo, kar pomeni učinkovite kazni oziroma odškodnine ob poskusih hekerjev, da bi te ukrepe izigrali oziroma deaktivirali. Jasno je namreč, da noben tehnološki ukrep ne bo zdržal stalnih in načrtnih napadov. Delovanje in zakonska podpora zaščitnih ukrepov sta zapisani v konvencijah o avtorski pravici in o fonogramih organizacije WIPO. Kritiki menijo, da so definirani preveč splošno in usmerjeni bolj k zaželenim rezultatom kot k postopkom, ki bi do ciljev pripeljali. Vsekakor bi se morale oblasti po svetu zavedati, da je potrebno tako dejanje izogibanja zaščitnim ukrepom kot tudi naprave, ki so za to potrebne, zakonsko prepovedati. To seveda ne pomeni, da bi nadzorovali

ali prepovedali večnamenske naprave, kakršna je osebni računalnik, ampak le tiste, pri katerih je možno oceniti, da so prirejene za namen odstranjevanja zaščitnih ukrepov. V praksi jih ponavadi ni lahko prepoznati, saj ne gre vedno za piratske dekoderje v obliki črne škatle, ampak za sestavne dele kompleksnejše opreme, ponavadi programe, algoritme, gesla ali vstopne kode nameščene na računalnikih.

### 5.3. NOVI FORMATI

Industrija vidi eno izmed priložnosti za ublažitev krize v naraščajoči prodaji glasbenega videa in novih zvočnih formatov, kot sta DVD-Avdio in SACD (Super avdio CD).

Tabela 15: Gibanje prodaje glasbenih video nosilcev v svetu v letih 2000-2002 (v tisočih)

	2000	2001	2001/2000	2002	2002/2001
DVD enote	-	34.739,7	-	62.793,1	181%
VHS enote	-	22.261,1	-	13.067,7	59%
Skupaj enot	50.893,6	57.000,8	112%	75.860,8	133%
Skupaj v \$	1.016.667,1	1.118.333,8	110%	1.247.044,8	111%

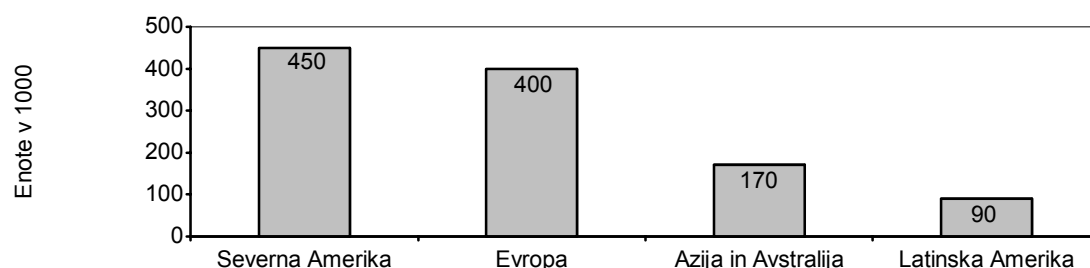
Vir: Recording industry world sales 2002, str. 9-10; Recording industry in numbers 2002, str. 11.

Prodaja glasbenega videa se je vrednostno v letu 2002 povečala za 11%. Predvsem je to zasluga vse večje priljubljenosti DVD predvajalnikov in množice novih izdaj na tem formatu. Največjih pet proizvajalcev je v preteklem letu izdalo 1300 novih naslovov. VHS-format se na drugi strani zelo hitro poslavlja. Vrednostni delež glasbenega videa v svetovni prodaji vseh nosilcev se je povzpел s 3,1% v letu 2001 na 3,7% v letu 2002.

Lansko leto je prineslo tudi velik napredek za DVD-Audio in Super Audio CD. Ta nova visoko kakovostna »surround sound« avdio formata sta bila lansirana leta 2000. V začetku sta bila z izdajami pred leti ali desetletji izdanih najbolj prodajanih albumov namenjena starejšim avdiofilskim potrošnikom. Že v letu 2002 so mnogi proizvajalci fonogramov začeli izdajati nekatere nove albume na omenjenih dveh hkrati z ostalimi ustaljenimi formati. Aprila 2003 je bilo na svetovnem trgu skupno okrog 1000 naslovov na SACD in 500 na DVD-Avdio formatu. Skupna svetovna prodaja obeh je v lanskem letu znašala malenkost čez 2 milijona izvodov (Recording industry world sales 2002, str. 3). Čeprav gre še vedno za zadovoljevanje potreb ozkih segmentov kupcev, je v prihodnjih letih pričakovati nadaljnjo rast. Predvsem zaradi vse večje ponudbe albumov, znižanja cen nosilcev na raven novo izdanih CD-jev in naraščajoče ponudbe kompatibilnih predvajalnikov največjih svetovnih proizvajalcev elektronike. Nova formata sta po njihovih besedah poleg domače uporabe zelo primerna za avtomobilske sisteme in prenosne predvajalnike.

Podobno kot se na nezmožnost kopiranja zaradi nedostopnosti potrebne tehnologije zanašajo novi formati, velja na nek način tudi za gramofonsko ploščo. Najstarejši nosilec, ki je na trgu že od leta 1900 (Golič, 2002, str. 223), se nikakor noče dokončno posloviti, čeprav je bil njegov delež leta 2002 le še skromnih 0,3% v svetu prodanih enot (Recording industry world sales 2002, str. 6). Kljub vsemu ni realno pričakovati, da bi prodaja lahko še kdaj začela naraščati v taki meri, da bi vidno vplivala na rezultate fonogramske panoge.

Slika 11: Prodaja DVD-Avdio formata v letu 2002 po regijah



Vir: Recording industry world sales 2002, str. 3.

#### 5.4. LEGALNA SPLETNA DISTRIBUCIJA GLASBE

Internet je priložnost za razvoj novih legalnih načinov distribucije glasbe. V zadnjih letih smo priča stalni rasti količine preko spletne trgovine prodanih nosilcev. Kopica spletnih prodajalnih kupcev vabi s popusti in raznoliko ponudbo, ki jo tovrstna trgovina zaradi večjega števila potencialnih kupcev in nižjih stroškov zagotavlja lažje kot klasične prodajalne. Ne gre pozabiti niti na enostavnost in udobje takega nakupovanja. V Veliki Britaniji se je v letu 2002 delež v spletnih trgovinah prodanih albumov povečal s 4% na 6%, v Nemčiji s 6% na 9%, v ZDA je s 3% ostal nespremenjen (Recording industry world sales 2002, str. 6).

Poleg te že ustaljene oblike, se glasbena veja v zadnjih letih po zgledu piratskih ponudnikov poslužuje tudi spletne prodaje glasbe v digitalni obliki brez fizičnega nosilca. Razviti posel prodajanja glasbe preko spleta v današnjih razmerah internetnega piratstva je za industrijo velik izziv. Legalni spletni glasbeni servisi so po zagotovilih IFPI v letu 2002 dobro napredovali. Temu sicer ne gre slepo verjeti, saj so obenem zapisali, da je bilo še v letu 2001 99% glasbe na internetu ilegalne. Če temu dodamo tudi nedavni stečaj Liquid Audia, enega pionirjev na tem področju, so zagotovila IFPI še bolj dvomljiva. Ena izmed težav obeh najpomembnejših legalnih servisov je pomanjkanje sodelovanja med njima. Drug drugemu namreč ne dovolita uporabe lastne glasbe. S konkuriranjem med seboj pa sta na slabšem oba. Največja legalna ponudnika glasbe poslujeta na podlagi naročnin, ki pa niso nizke. MusicNet na primer svojim članom ponuja prestižni paket za 18 ameriških dolarjev mesečno. V ceno je všteta neomejena količina prenesenih skladb, vendar jih lahko na CD posnamejo vsak mesec le deset. Glasbene datoteke so pri ponudnikih torej ustrezno zaščitene, tako da jih ni mogoče uporabljati po svobodni izbiri kot pri nezakonitih prenosih. Omejevanje uporabe je povezano s strahom industrije, da bo internetno kupovanje glasbe pomenilo zaton CD-ja. Na ta način je vloga tega nosilca sicer ohranjena, a na račun manjše priljubljenosti spletnih ponudnikov glasbe. Povsem razumljivo je namreč, da se uporabniki nad tem načinom distribucije ne navdušujejo. Le zakaj bi plačevali za glasbo, ki je ne morejo uporabljati neomejeno? Kljub splošnemu prepričanju, da legalni ponudniki niso konkurenčni ilegalnim, se je v lanskem letu v ZDA omenjenima dvema pridružilo še zajetno število novih. Počasi se pojavljajo tudi drugod po svetu. V Veliki Britaniji sta nastala Dotmusic in HMV, v Nemčiji Popfile, v Braziliji Imusica...

Zadnji in medijsko najodmevnejši primer je ustanovitev nove trgovine i-Tunes Music Store, ki jo je 28. aprila letos ustanovil Apple Computers. I-Tunes odlikujejo različne lastnosti, po katerih se razlikuje od svojih konkurentov:

- **Širok izbor glasbe** - Prvič so dosegli dogovor z vsemi petimi največjimi proizvajalci fonogramov. Uporabniki so lahko preko servisa ob ustanovitvi izbirali med 200.000

pesmimi. Podjetje je napovedalo, da bo v katalog redno dodajalo nove pesmi. Pri i-Tunesu stavijo predvsem na možnost sestavljanja kompilacij povsem po željah kupcev. V trgovinah namreč lahko kupijo le albume, ki so po mnenju ustvarjalcev servisa zastarel format, saj gre za prodajo dvajsetih skladb, od katerih jih uporabnik želi slišati le nekaj. Kljub temu da imajo uporabniki možnost izbirati med posameznimi pesmimi, je bila več kot polovica skladb kupljenih kot del celotnega albuma.

- **Neomejene možnosti uporabe datotek** - Datoteke lahko na svojem računalniku kopiramo in snemamo na nosilce. Zaščitene so le pred ponujanjem drugim uporabnikom na internetu oziroma prenosom na druge računalnike. Že nekaj tednov po ustanovitvi so hekerji ponudili načine za odpravo te zaščite.
- **Preprosta uporaba** - Apple se rad pohvali, da gre za nakup z enim klikom.
- **Preprosto oblikovana okrogla cena** - Za skladbo je potrebno odšteti 0,99 USD. Za razliko od ostalih spletnih trgovin tu naročnine ni.
- **Ciljni trg naprednih, zgodnjih uporabnikov** - Uporabniki Applovih računalnikov so znani po svoji dovzetnosti za novosti in želji po ekskluzivnosti.
- **Visoka kakovost in zanesljivost storitve.**
- **Obsežna propagandna akcija.**
- **Ugled blagovne znamke in podoba podjetja.**

Prodajo podrobno spremljajo vsi konkurenti in vse založbe. Začetni uspehi so v panogi sprožili val navdušenja in pričakovanj. Za mnoge i-Tunes pomeni upanje, da se bodo padajoče krivulje prihodkov glasbene industrije znova obrnile navzgor. Še zlasti ob koncu leta 2003, ko je napovedana razširitev na operacijski sistem Windows. Kljub evforiji je potrebno opozoriti na negotovost odziva v povprečju manj premožnih uporabnikov PC-jev. Hkrati obstajajo dvomi, kakšen bo odziv v Evropi, kjer internetno nakupovanje z uporabo kreditnih kartic ni tako vsakdanje kot v ZDA. Nenazadnje velja omeniti, da je nakup albuma pri i-Tunesu dražji kot cena CD-ja z dvajsetimi skladbami v trgovini, kaj šele posneti tak CD s pomočjo ilegalne izmenjave. Kakovost datotek je po zagotovilih ustanoviteljev sicer odlična, vendar je povsem jasno, da ne more biti primerljiva z zvokom originalnega CD-ja. Po drugi strani je znano, da kakovost zvoka večini kupcev ni najpomembnejši dejavnik izbire.

Čeprav je navidezni začetni uspeh i-Tunesa nedvomno odlična predstavitev potenciala prodaje glasbenih datotek na spletu, je potrebno opozoriti tudi na nekaj manj spodbudnih dejstev:

- Fonogramska industrija je naredila velik korak naprej, ko je z Applom sklenila kompromis in zmanjšala omejitve uporabe kupljenih datotek, vendar to še ne pomeni, da je pripravljena dopustiti enako raven uporabe znotraj veliko večjega trga uporabnikov operacijskega sistema Windows. Zaveda se, da bo CD še mnogo let glavni vir prihodkov.
- Po začetnem navalu, ko so v prvem tednu prodali milijon skladb, se je povpraševanje znatno znižalo. Za naslednji milijon so potrebovali devet dni, v naslednjih desetih tednih so jih prodali le še štiri milijone in pol (Uspešna spletna prodaja skladb, 2003). Zaenkrat še ni mogoče oceniti, na kakšni ravni se bo zanimanje ustalilo. Mnogo uporabnikov Mac računalnikov in prenosnih predvajalnikov iz radovednosti preizkuša novo storitev, kar še ne pomeni, da jo nameravajo kontinuirano aktivno uporabljati.
- Kljub široki ponudbi glasbe obstaja nekaj pomembnih avtorjev, ki niso dovolili uporabe svojih skladb (npr. The Beatles, Pink Floyd, The Rolling Stones).
- Apple je samo za promocijo servisa porabil več milijonov USD, a zaenkrat v zameno pridobiva le utrditev slovesa inovativnega podjetja in prestižnosti blagovne znamke. Podjetje ne bo sposobno trajno namenjati denarja za marketinške akcije, če se kmalu ne



bodo pojavili dobički od prodaje glasbe na spletu (Digital music downloading, 2003, str. 2).

- Podjetje Jupiter Media je letos ocenilo, da imajo največji legalni ponudniki glasbe na spletu (Pressplay, MusicNet, Rhapsody, MusicMatchMX, eMusic) skupaj manj kot 300.000 naročnikov, medtem ko ima med nezakonitimi samo Kazaa 214 milijonov uporabnikov.

#### 5.4.1. Prihodnost digitalne distribucije

Pojem spletne digitalne trgovine v tem poglavju opisuje samo trgovanje z glasbenimi datotekami in ne upošteva prodaje fizičnih nosilcev preko spleta. V zadnjem času so pogoste raziskave, v katerih se skuša oceniti trenutno stanje in prihodnja gibanja v glasbeni industriji. Mnenja analitikov so različna. Le nekaj tednov po ustanovitvi i-Tunesa sta bili narejeni zanimivi analizi prihodnosti legalne spletne izmenjave datotek.

Citigroup je maja letos izdelal analizo podjetja EMI, ki ocenjuje tudi morebiten vpliv i-Tunesa na njihovo poslovanje v prihodnosti na ameriškem trgu. Zapisali so, da bo v letu 2004 spletni digitalni trg v ZDA vreden 1,8 milijarde USD. Glede na velikost fonogramskega trga v ZDA v primerjavi svetovnim lahko s projekcijo ugotovimo, da je Citigroup za leto 2004 svetovni glasbeni panogi optimistično napovedal 4,7 milijarde USD prihodka od prodaje datotek na spletu, kar pomeni 15% od celotnega fonogramskega trga. (Digital music downloading, 2003, str. 1). Že v nekaj letih bi tovrstna prodaja datotek popolnoma zamenjala CD. Gre za zelo optimistično napoved, ki temelji na mnogih nerealnih predpostavkah. Med drugim predvideva, da bo kar polovica ali 15 milijonov uporabnikov širokopasovnih povezav v ZDA glasbenih navdušencev, ki bodo legalno kupovali glasbo na spletu in zanjo na osebo zapravili 118 USD letno. Še manj verjetna je predpostavka o neomejeni možnosti uporabe kupljenih datotek oziroma popolnemu sodelovanju proizvajalcev fonogramov s trgovci. Napoved Citigroupa v primerjavi z napovedjo podjetja Jupiter Media za leto 2003, ki je za trg v ZDA predvidel 50 milijonov USD prihodkov od spletne prodaje glasbenih datotek, pomeni kar 3.500-odstotno rast. V primerjavi z 90 milijoni USD podjetja Gartner pa je rast 2.000-odstotna.

Podrobneje velja predstaviti realnejšo analizo podjetja Enders Analysis. Pojav i-Tunesa je po njihovem mnenju del razvoja digitalnih storitev in kot tak zaenkrat ne vpliva na velikost celotnega fonogramskega trga. Ocena vpliva spletne trgovine z glasbo kaže, da se bodo izgube zaradi internetnega piratstva sicer iz leta v leto zmanjševale, a do leta 2007 še ne bodo popolnoma izničene. Spletne trgovine delijo na naročniške in na take, kjer podobno kot pri i-Tunesu plačuješ le kupljene skladbe. Slednje bodo po njihovem bolj priljubljene, medtem ko bi naročniške utegnile biti zanimive le za cenovno neobčutljive prve kupce na trgu.

Čeprav gre pri napovedih seveda za približne ocene, so te nastale na podlagi zadnjih informacij o fonogramskega trga in obnašanju potrošnikov in kot take predstavljajo smeri za verjetni razvoj trga. Pri Enders Analysis sicer verjamejo v dolgoročno prihodnost spletnega trgovanja, vendar v kratkem v njem ne vidijo čudežnega zdravila za strukturne težave glasbene industrije.

Tabela 16: Ocena globalnega spletnega trga glasbenih datotek v letih 2003-2007

	2003	2004	2005	2006	2007
Svetovni fonogramski trg (v mio USD)	29.000	28.000	27.750	27.750	28.000
Nezakoniti prenosi (skladbe v mio)	7.000	9.000	10.000	10.000	9.000
% od teh, za katere bi bili pripravljene plačati	10	10	10	10	10
Izpad prodaje (skladbe v mio)	700	900	1000	1000	900
Cena skladbe (v USD)	0,99	0,99	0,99	0,99	0,99
Izpad prihodka (v mio USD)	693	891	990	990	891
Prodaja na spletu (% od izpada prihodka)	5	10	20	40	70
Prihodki od prodaje na spletu (v mio USD)	35	89	198	396	624
Uporabniki naročniških storitev (v mio)	0,3	0,6	0,9	1,2	1,5
Letni prihodek od uporabnika (v USD)	100	100	100	100	100
Prihodki naročniških trgovin (v mio USD)	30	60	90	120	150
Učinek - prihodki obeh vrst trgovanja minus izpad prihodka (v mio USD)	-628	-742	-702	-474	-117
Učinek kot delež svetovnega fonogramskega trga (v %)	-2,2	-2,6	-2,5	-1,7	-0,4

Vir: Digital music downloading, 2003, str. 4.

Podatek o nezakonitih prenosih za leto 2003 v obsegu 7 milijard skladb temelji na oceni združenja britanske fonogramske industrije - BPI, ki je za britanski trg predvidelo milijardo na ta način pridobljenih skladb. Obseg naj bi se po vrhuncu v letu 2006 zaradi učinka protipiratskih aktivnosti počasi začel zniževati. Desetodstotni delež nezakonitega nalaganja, ki bi se lahko spremenil v nakupe, je ocena Enders Analysis, ki temelji na nekaterih drugih analizah tega podjetja. Cena skladbe je enaka Applovi. Obseg prodaje na spletu kot odstotek od izpada prihodka je določen na podlagi optimističnih predvidevanj, da bodo uporabniki nov način v naslednjih štirih letih zelo hitro sprejeli. Med vsemi predpostavkami je ta najbolj vprašljiva. Kljub temu da naj bi znašala zakonita spletna prodaja leta 2007 šele 7% (624 mio skladb/9.000 mio skladb) obsega nezakonitih prenosov, naj bi bila najmočnejši adut za izničenje škode, ki jo povzroča internetno piratstvo.

Nastanek spletne maloprodajne mreže je dolgoročno povsem realna možnost. Večina uporabnikov bi imela dostop do spletnih trgovin z datotekami, ki so v vseh pogledih, razen v ceni, najmanj enako privlačne kot obstoječi peer-to-peer programi. Vendar je kakršnokoli prodajanje ob hkratnem obstoju brezplačne alternative praktično nemogoče, zato bo potrebno legalno trgovino hkrati z izgradnjo tudi ustrezno zaščititi. Dostop do piratskega izdelka mora postati zapleten in tvegan. K temu bi lahko odločilno pripomogli ponudniki internetnih storitev, ki bi z nadzorovanjem uporabnikov v določeni meri vplivali na obseg piratstva. Blokiral bi IP naslove računalnikov, ki ponujajo glasbo ali pa jih posredovali pristojnim združenjem avtorjev. Vendar se bodo temu, dokler bo mogoče, upirali. Kot razlog za nevmešavanje navajajo spoštovanje zasebnosti uporabnikov, čeprav jim gre v resnici izključno za lastne interese. V primeru, da bi sodelovali z RIAA in podobnimi združenji, bi se namreč povpraševanje po njihovih storitvah nedvomno zmanjšalo. V sodelovanje jih je mogoče prisiliti le po pravni poti, ki jo združenja v zadnjem času intenzivno uporabljajo tudi za obračun s posameznimi uporabniki. Odgovorni v glasbeni industriji menijo, da bo že sorazmerno majhno število podobnih kazni hitro povzročilo zaskrbljenost med povprečnimi uporabniki programov za izmenjavo datotek. Ti namreč niso zapriseženi nasprotniki intelektualne lastnine in kapitalizma. Večina jih to počne, ker je enostavno, udobno, varno in »ne preveč nezakonito«. Zagrizeni glasbeni anarhist se bo za brezplačno glasbo boril do konca, povprečni uporabnik pa bo odnehal hitreje.

#### 5.4.2. Posledice razvoja digitalne distribucije

Težko je napovedovati, kako se bo spletno trgovanje z glasbo v prihodnje razvijalo. Pričakovati gre raznolikost ponudbe z različnimi načini oblikovanja cen in plačevanja, ki se bodo razvijali skupaj z novim nosilcem. Čeprav bo na kratek rok oblikovanje cen moralo biti enostavno, se bodo kasneje pokazale možnosti za bolj izpopolnjene trženjske strategije in intenzivnejšo uporabo ostalih elementov trženja. Posledice spremenjenega načina distribucije bodo vidne na več področjih.

##### 5.4.2.1. Infrastruktura

Velike založbe so v izgradnjo in nadzor maloprodajne verige spletnih trgovin do sedaj predvidoma investirale približno 2 milijardi USD (Where did the music go?, 2002, str. 1). Ker se naložba do sedaj nikakor ni izkazala za dobro, nadaljnjih velikih vlaganj od njih ne gre pričakovati. Najverjetneje se bo nadaljeval trenutni trend naraščajočega obsega prodajanja skladb oziroma podeljevanja licenc zanje vse pogostejšim spletnim trgovinam. Tako bo podobno kot pri prodaji fizičnih nosilcev največji del tveganja investiranja v potrošne dobrine in maloprodajno infrastrukturo prenesen na tretje osebe.

Sistemi nadziranja pravic v digitalnem okolju (Digital Rights Management - DRM) se bodo po vsebini morali odzivati na potrebe uporabnikov. Z nadaljnjim razvojem bo poleg nadzora uporabe mogoče proizvod hkrati oplemenititi s popusti za drugo blago, koncertnimi vstopnicami ali ekskluzivnim dostopom do spletnih strani zvezdnikov. Ob nakupu datotek bo vsekakor potrebno zagotoviti raznolike možnosti uporabe, kot sta kopiranje na fizične nosilce in prenos na druge računalnike. Navkljub pritiskom in priložnostim, s katerimi se veliki proizvajalci fonogramov in založbe soočajo, bodo pri določanju dopustnega nivoja uporabe previdne, kar bo na obseg prodaje delovalo zaviralno.

##### 5.4.2.2. Način uporabe

Zavedati se je potrebno, da bo kratkoročno fizična prodaja CD-jev predstavljala večinski del fonogramskega trga. Ko bo ob predpostavki, da bodo proti piratske aktivnosti obrodile sadove, izmenjava datotek postala manj vsakdanja in enostavna, se bo del uporabnikov spet vrnil nazaj k fizičnim nosilcem. Sodeč po raziskavi BPI, objavljeni 16. aprila letos, 90% uporabnikov spletne izmenjave glasbo posluša na fizičnih formatih, neodvisno od načina, kako so do nje prišli. Zelo majhen, a naraščajoč delež potrošnikov je začel trajno trošiti oz. poslušati glasbo brez fizičnega nosilca. Velikost te skupine uporabnikov nam opiše podatek, da ima najpopularnejši med prenosnimi predvajalniki z vgrajenim trdim diskom oziroma spominskim modulom Applov i-Pod s 700.000 uporabniki ocenjen 26% tržni delež (Digital music downloading, 2003, str. 6). Težko bi bilo oceniti delež uporabnikov, ki so popolnoma prestopili k temu načinu potrošnje, a najverjetneje večina še vedno kupuje CD-je in prenosne predvajalnike uporablja le za mobilno poslušanje. Pomemben pokazatelj hitrosti prehoda so primerljive krivulje prodora na trg nekaterih drugih nosilcev (CD, VHS kasete, DVD). Prenosni predvajalniki tipa i-Pod so in bodo še nekaj časa vrhunska elektronika. Ta pa ni poceni, saj je za i-Pod npr. v Sloveniji potrebno odšteti več kot 100.000 SIT.

#### 5.4.2.3. Sestava trga - singli v primerjavi z albumi

Na trgu fizičnih nosilcev prodaja singlov že nekaj let zapored pada. Vzrok je najbrž v previsoki ceni, ki znaša od tretjine do polovice cene albuma. Spletne trgovine z datotekami bi s ponujanjem posameznih pesmi z albumov lahko zadovoljile potrebe tistih potrošnikov, ki želijo kupiti le določene pesmi albuma, a za to niso pripravljeni plačati cene singla.

V petdesetih in šestdesetih letih prejšnjega stoletja je fonogramski trg v prvi vrsti pomenil nepaketno prodajo singlov. Nikakršnega globljega razloga ni, da se ta prodajni model ne bi mogel ponovno uveljaviti. Singli bi s tem ne bili več le neučinkovito orodje za spodbujanje prodaje albumov temveč primarni format na trgu.

Dolgoročno, ko bo pomen spletnega trgovanja v fonogramskem poslu večji, bo potencialna velikost trga še vedno do neke mere določena s količino denarja, ki jo imajo uporabniki na voljo za nakup glasbe, in s količino časa, ki ga imajo za poslušanje. Možnost izbiranja točno določenih skladb z albumov še ne pomeni, da bodo uporabniki povečevali izdatke in kupovali več glasbe. Verjetneje bo to ob nespremenjeni količini časa, namenjenega poslušanju, pomenilo celo znižanje, saj bodo do zelene količine točno določene glasbe prišli z nižjimi stroški, kot če bi kupovali albume.

V povprečju vsak prebivalec na ameriškem in britanskem trgu letno za fonograme nameni več kot 45 USD, medtem ko je na večini ostalih svetovnih trgov ta znesek pod 20 USD (Recording industry in numbers 2002, str. 21). Kljub precejšnjim rezervam na teh trgih skokovitih naraščanj potrošnje ne gre pričakovati. Obenem ne gre pozabiti na dostop do brezplačnih substitutov, kakršen je radio.

Večje zanimanje za single zaradi pojava spletnih trgovin bo za založbe pomenilo spremembe predvsem pri snemanju, izdajanju in trženju izdelkov trenutnih, minljivih zvezd popularne glasbe. Za ostale izvajalce bo umetniški motiv ustvarjanja glasbe v obliki niza skladnih in povezanih skladb enako pomemben kot pri slikarju, ki za razstavo pripravi niz slik. Dejstvo, da je bila več kot polovica skladb pri i-Tunesu kupljenih kot del celotnega albuma, je zgovoren pokazatelj, da zanimanje za albume še vedno obstaja (Digital music downloading, str. 6).

#### 5.4.2.4. Dobički

Odvisni bodo od tipa in razvojne stopnje spletne trgovine. Kratkoročno bodo stroški digitalne ponudbe mnogo višji kot pri fizičnem izdelku, še posebej, če upoštevamo potrebne investicije v infrastrukturo. Breme investiranja bodo založbe prenesle na tretje osebe, saj se zavedajo svojih prednosti in ne nameravajo tvegati.

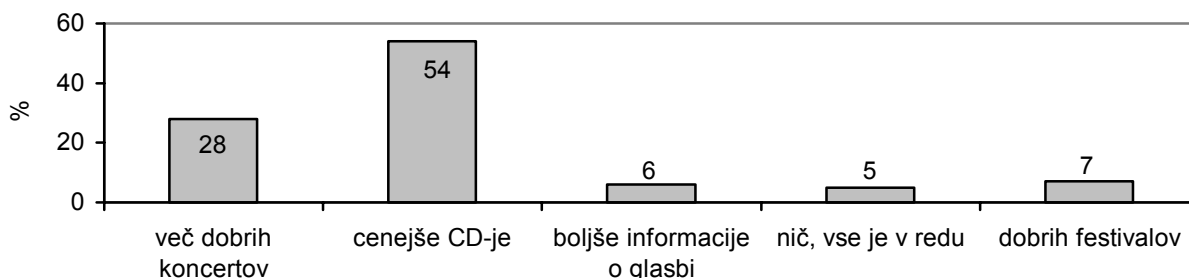
Dokler bo šlo za neznamen delež celotnega fonogramskega trga, bodo prihodki posrednikov minimalni, vendar pri Enders Analysis in ostalih podjetjih, ki raziskujejo ta trg, za naslednjih nekaj let napovedujejo povečanje prometa. Velikost povečanja ostaja odprto vprašanje. Proizvajalci fonogramov za vsako prodano skladbo Applu zaračunajo 70 centov, kar jim omogoča prihodke v višini 70% maloprodajne cene, ki že vsebuje trgovsko maržo in stroške distribucije. Delež je precej višji kot pri prodaji fizičnih nosilcev, kjer znaša malo več kot 50% maloprodajne cene in se bo zaradi naraščajoče moči trgovcev dolgoročno še zmanjševal (Digital music downloading, 2003, str. 8). Verjetnost, da bo delež prihodkov založb oziroma proizvajalcev v ceni proizvoda ostal na tako visoki ravni, je majhna. V primeru, da i-Tunes in

njemu podobni na trgu uspejo, se bo njihov delež v ceni, podobno kot pri klasičnih trgovcih, povečal na račun deleža proizvajalcev fonogramov. V ekstremnem primeru bi lahko industrija eno vrsto trgovcev počasi zamenjala z drugo.

## 5.5. CENA CD-JA

Zadnje čase pogosto zasledimo tezo, da je za težave fonografske industrije kriva napačna cenovna politika največjih petih proizvajalcev fonogramov. Znano je, da je bilo v času pred CD-jem potrebno za kaseto odšteti ravno toliko kot za gramofonsko ploščo. Danes znaša cena CD-ja trikrat toliko, kot stane kasete. Če smo na začetku še nekako razumeli, da je bil CD kot tehnološka novost dražji od ostalih nosilcev, pa je danes ob nižjih stroških proizvodnje to precej nelogično. Stroški proizvodnje CD-ja so namreč za petino nižji od proizvodne cene kasete (v primerjavi z gramofonsko ploščo so še nižji). Vodilni v glasbeni panogi so se odločili, da bodo skušali kar najdlje vzdrževati visoko ceno glavnega proizvoda. Zgovoren je podatek, da se je cena CD-ja ob izločenem vplivu inflacije v obdobju 1985-1995 povečala za 35%, čeprav so stroški proizvodnje padali (Where did the music go, 2002, str. 6). Zelo možno je, da bi nespremenjena cenovna politika gigantov povzročila zaton CD-ja kot nosilca zvoka, saj ga bi zamenjali novi, cenejši načini distribucije glasbe. Prvi proizvajalec fonogramov, ki se je odzval na dogajanje na trgu, je Universal, ki naj bi z oktobrom 2003 znižal cene za 30% (Universal cuts CD prices, 2003). Pričakovati je, da mu bodo sledili ostali štirje. Težko je predvideti, ali bo zmanjšanje cene CD-ja v zadostni meri spodbudilo povečano povpraševanje, da se bodo zaslužki proizvajalcev povečali. V pomoč pri oceni odziva uporabnikov nam je anketa, izvedena s pomočjo 795 obiskovalcev glasbenih spletnih strani internetnega ponudnika Siol v začetku letošnjega leta.

Slika 12: Želje ljubiteljev glasbe v Sloveniji v letu 2003



Vir: V letu 2003 si želim, 2003.

Ob napovedanem znižanju se porajajo strahovi, da od nižje cene ne bodo imeli koristi le uporabniki, temveč tudi trgovci na drobno, ki bi znižanje utegnili izrabiti za delno povišanje svojih marž.

## 5.6. OSTALO

Tesnejše sodelovanje s proizvajalci strojne opreme odpira nove možnosti nadzora uporabe proizvoda. Ponujajo se tudi priložnosti za skupne nastope na trgih in sodelovanje pri izvajanju trženjskih aktivnosti. Ena izmed takih oblik bi bile lahko prednaložene glasbene datoteke na trdih diskah ali MP3 predvajalnikih, ki bi postale uporabne ob včlanitvi v spletno trgovino.

Združenja fonografske industrije se v boju proti internetni izmenjavi ne zanašajo le na pravni sistem. Pet največjih proizvajalcev fonogramov med drugim podpira testiranje tehnologij, ki

bi znale brisati MP3 datoteke s trdih diskov in povzročale »zamrznitev« računalnikov. Že nekaj let uporabljajo tudi t.i. zavajajoče datoteke. V ZDA so ustanovljena podjetja, ki z aktivno udeležbo v internetni izmenjavi v obtok dajejo lažne datoteke, ki se po vsebini ne ujemajo z naslovom, nekatere pa vsebujejo celo viruse. V za glasbeno industrijo idealnem primeru bi to pomenilo poplavo zavajajočih datotek, ki bi za uporabnike pomenila tako zamudno iskanje zelenega, da bi odnehali. Čeprav je dejavnost v porastu, se to še nekaj časa ne bo zgodilo. Kot reden uporabnik programov za izmenjavo sem namreč v zadnjem letu med približno 5.000 prenesenimi glasbenimi datotekami naletel na kakih 30 napačno imenovanih. Madonna je šla pri podtikanju lažnih skladb še korak dlje. Njen zadnji album »American life« je bil tudi sicer do izida strogo varovan, saj so ga vnaprej lahko slišali le izbrani novinarji, dee jayi, marketinški pomembneži in izbranci iz krogov glasbenega posla na za ta namen prirejenih strogo varovanih poslušanjih. Predčasni promocijski kopiji za radijske postaje ni bilo. Na spletu so bile v obtok dane tudi pesmi, za katere se je ob poslušanju izkazalo, da vsebujejo le ponavljajoč stavek »What the f... do you think you're doing!« (Kaj za vruga počneš!), izgovorjen s strani zvezdnice osebno (Madonna vs. piracy, 2003).

Mogoče bi bilo tudi s ponavljajočim in koordiniranim povpraševanjem po datotekah ohromiti delovanje peer-to-peer programov in ustvariti ozka grla, vendar je ta možnost manj verjetna, saj bi prizadela tudi nedolžne uporabnike.

## 6. SKLEP

Vzroki za trenutno resno stanje v glasbeni industriji so različni. Izpostavil sem predvsem piratstvo v vseh pojavnih oblikah, ki najbolj izrazito zmanjšuje prihodke panoge.

Ločiti velja med dvema področjema. Prvo je organizirano komercialno piratstvo v obliki kopiranja fizičnih nosilcev, ki danes ne predstavlja nič večje nevarnosti kot v preteklosti. Za zmanjšanje obsega je zaenkrat premalo pripravljenosti za sprejetje skupne zakonodaje in še manj za uresničevanje le-te v določenih delih sveta. Čeprav manjka poenotene zakonodaje, bi tudi obstoječa pravna ureditev morala zadostovati za dosego mnogo manjše stopnje piratstva v nekaterih manj razvitih državah. Te zaenkrat ostajajo pribežališče za pirate in dokler mednarodna skupnost ne bo začela izvrševati jasnega pritiska nanje, bo stopnja komercialnega piratstva ostala nespremenjena. Včasih se zdi kot, da gleda na pojav piratstva kot na neko nujno zlo, ki bo v določenem obsegu vedno obstajalo in se zato z njim ni vredno bojevati.

Drugo veliko področje je internetna izmenjava datotek in nedovoljeno domače reproduciranje. V zadnjih letih obseg teh dveh dejavnosti naglo raste, zlasti med mlajšimi uporabniki. Industrija bo morala v prihodnje zato večino naporov usmeriti v zaježitev omenjenih pojavov, ki izrazito zmanjšujeta njene prihodke. Na eni strani ima CD, proizvod, ki zapušča zrelo fazo življenjskega cikla proizvoda, na drugi pa nove tehnologije oziroma internet, katerega zaenkrat noče popolnoma sprejeti, ker se zaveda njihove nepriljubljenosti zaradi obstoječih brezplačnih substitutov. Zato poskuša industrija bitko dobiti na dveh frontah. Na prvi intenzivno sodno preganja uporabnike programov za ilegalno izmenjavo datotek s čimer to možnost dostopa do glasbe naredi manj zanimivo. Na drugi bo najbrž znižala cene CD-jev in upala, da ji potrošniki niso preveč zamerili umetno visoko vzdrževane cene v preteklih letih. Kaj drugega kot vztrajati pri obstoječem načinu distribucije glasbe, ji zaenkrat ne preostane. Analitiki so mnenja, da spletna trgovina z glasbenimi datotekami še nekaj let ne bo zaživela v taki meri, da bi vidno vplivala na rezultate panoge. Internet je zaenkrat pravno nezadostno urejen medij in vprašanje je kdaj, če sploh, bo bolje. Vsekakor pa so poskusi uporabiti ga v svojo korist zelo spodbudni. Čeprav zaenkrat povzroča še veliko več škode kot pa prinaša koristi, obstajajo optimistične napovedi, ki obljublajo zmanjšanje te oblike piratstva in ponovno rast prodaje do leta 2006. Novi formati (SACD in DVD-Audio) so zaenkrat še zelo daleč od masovne razširjenosti.

In če naštetih ukrepi ne bi delovali? Nepregledno število posrednikov v glasbenem poslu bi pač ostalo brez zaslužka. Vsekakor bi preživeli avtorji in izvajalci, brez katerih glasbe ni. Preživljali bi se s prirejanjem koncertov, uporabniki pa bi njihova dela spoznavali predvsem s pomočjo interneta. Nove tehnologije bi torej na svojevrsten način omogočile vrnitev v preteklost in v ospredje potisnile glasbo samo.

## LITERATURA

1. A radical rethink. *The Economist*, London, 25. 1. 2003, str. 13-14.
2. Golič Janez: Kratka zgodovina popularnoglasbenega založništva. *Časopis za kritiko znanosti*, Študentska založba, Ljubljana, 2002, 207-208, str. 223-237.
3. Kotler Philip: *Marketing management – trženjsko upravljanje: analiza, načrtovanje, izvajanje in nadzor*. Ljubljana: Slovenska knjiga, 1996. 832 str.
4. Pečenko Nikolaj: Sredi morja črna vihra. *Escape*, Ljubljana, 2 (2003), 3, str. 20-25.
5. Trampuž Miha: *Avtorsko pravo - izbrana poglavja*. Pravna obzorja. Ljubljana: Cankarjeva založba, 2000. 171 str.
6. Trampuž Miha: *Predpisi o avtorski in sorodnih pravicah*. Maribor: Rotis in Avtorska agencija za Slovenijo, 1995. 109 str.
7. Trampuž Miha, Oman Branko, Zupančič Andrej: *Zakon o avtorski in sorodnih pravicah s komentarjem*. Ljubljana: Gospodarski vestnik, 1997. 472 str.
8. Unexpected harmony. *The Economist*, London, 25. 1. 2003, str. 59-60.

## VIRI

1. Agreement on Trade-related Aspects of Intellectual Property Rights (TRIPS).  
[URL: [http://www.wto.org/english/docs\\_e/legal\\_e/27-trips.pdf](http://www.wto.org/english/docs_e/legal_e/27-trips.pdf)], 25. 5. 2003.
2. AOL to offer song downloads.  
[URL: [http://money.cnn.com/2003/02/26/technology/aol\\_musicnet.reut/index.htm](http://money.cnn.com/2003/02/26/technology/aol_musicnet.reut/index.htm)], 27. 2. 2003.
3. Berne Convention for the Protection of Literary and Artistic Works. WIPO, 1971.  
[URL: <http://www.wipo.int/clea/docs/en/wo/wo001en.htm>], 15. 2. 2003.
4. BPI Piracy Report 2003. London: BPI, 2003. 6 str.  
[URL: [http://www.bpi.co.uk/pdf/Piracy\\_Report\\_2003.pdf](http://www.bpi.co.uk/pdf/Piracy_Report_2003.pdf)], 30. 8. 2003.
5. Commercial piracy report 2003. London: IFPI, 2003. 18 str.  
[URL: <http://www.ifpi.org/site-content/library/piracy2003.pdf>], 1. 9. 2003.
6. Consumers' use of Internet - November 2002. Oftel, 2003. 37 str.  
[URL: <http://www.oftel.gov.uk/publications/research/2003/q11intr0103.htm>], 1. 9. 2003.
7. Consumers' use of Internet - February 2003. Oftel, 2003. 41 str.  
[URL: <http://www.oftel.gov.uk/publications/research/2003/q12intr0503.htm>], 1. 9. 2003.
8. Convention for the Protection of Producers of Phonograms Against Unauthorized Duplication of Their Phonograms. WIPO, 1971.  
[URL: <http://www.wipo.int/clea/docs/en/wo/wo023en.htm>], 15. 2. 2003.
9. Digital music downloading - An apple a day (Ref: 2003-22). *Enders Analysis*, maj 2003. 8 str.
10. Hellweg Eric: What RIAA's offensive means to investors.  
[URL: <http://money.cnn.com/2003/07/03/technology/techinvestor/hellweg/index.htm>], 3. 7. 2003.
11. International Standard Recording Code (ISRC) Program.  
[URL: [http://www.riaa.com/issues/audio/isrc\\_faq.asp](http://www.riaa.com/issues/audio/isrc_faq.asp)], 1. 7. 2003.
12. Jones Christopher: MP3 Overview.  
[URL: <http://hotwired.lycos.com/webmonkey/00/31/index3a.html?tw=multimedia>], 26. 7. 2003.
13. Kazaa Media Desktop sets most downloaded software record.  
[URL: [http://www.kazaa.com/us/news/most\\_downloaded.htm](http://www.kazaa.com/us/news/most_downloaded.htm)], 5. 5. 2003



14. King Brad: Program Lets P2P Users Roam Free.  
[URL: <http://www.wired.com/news/digiwood/0,1412,58734,00.html>], 6. 5. 2003
15. Madonna vs. piracy.  
[URL: <http://www.dotmusic.com/news/April2003/news28986.asp>], 10. 4. 2003.
16. Music Piracy Report 2002. London: IFPI, 2002. 10 str.  
[URL: <http://www.ifpi.org/site-content/library/piracy2002.pdf>], 15. 2. 2003.
17. National Record Buyers - Study 3. Edison Media Research, 2003. 54 str.  
[URL: <http://www.edisonresearch.com/NationalRecordBuyers3.pdf>], 26. 8. 2003.
18. NMPA International Survey of Music Publishing revenues - 8th edition. New York: National Music Publishers' association, 1999. str. 7-8.  
[URL: <http://www.nmpa.org/nmpa/survey8/base.html>], 8. 9. 2003.
19. NMPA International Survey of Music Publishing revenues - 9th edition. New York: National Music Publishers' association, 2000. str. 7-8.  
[URL: <http://www.nmpa.org/nmpa/survey9/base.html>], 8. 9. 2003.
20. NMPA International Survey of Music Publishing revenues - 10th edition. New York: National Music Publishers' association, 2001. 55 str.  
[URL: <http://www.nmpa.org/nmpa/survey10/base.html>], 8. 9. 2003.
21. NMPA International Survey of Music Publishing revenues - 11th edition. New York: National Music Publishers' association, 2002. 61 str.  
[URL: <http://www.nmpa.org/nmpa/survey11/NMPA2002Survey11thEdition.pdf>], 8. 9. 2003.
22. NMPA International Survey of Music Publishing revenues - 12th edition. New York: National Music Publishers' association, 2003. 62 str.  
[URL: [http://www.nmpa.org/pr/NMPA\\_International\\_Survey\\_12th\\_Edition.pdf](http://www.nmpa.org/pr/NMPA_International_Survey_12th_Edition.pdf)], 8. 9. 2003.
23. Pahor David: Leksikon računalništva in informatike. Ljubljana: Pasadena, 2002. 786 str.
24. Piracy Report 2001. London: BPI, 2002. 4 str.  
[URL: [http://www.bpi.co.uk/pdf/Piracy\\_Report\\_2001.pdf](http://www.bpi.co.uk/pdf/Piracy_Report_2001.pdf)], 30. 8. 2003.
25. Piracy - will it kill the music industry? (Ref: 2003-12). Enders Analysis, marec 2003. 25 str.
26. Recording industry in numbers 2001. London: IFPI, 2001. 199 str.
27. Recording industry in numbers 2002. London: IFPI, 2002. 197 str.
28. Recording industry world sales 2002. London: IFPI, 2003. 10 str.
29. Rome Convention. WIPO, 1961.  
[URL: <http://www.wipo.int/clea/docs/en/wo/wo024en.htm>], 7. 2. 2003.
30. The history of MP3 and how did it all begin.  
[URL: [http://www.mp3-mac.com/Pages/History\\_of\\_MP3.html](http://www.mp3-mac.com/Pages/History_of_MP3.html)], 26. 7. 2003.
31. The song remains the same - Music publishing in the 21st century. (Ref: 2002-51). Enders Analysis, november 2002. 22 str.
32. U. S. Entertainment Industry: 2002 MPA Market Statistics. Motion Picture Association of America, 2003, 60 str.  
[URL: [http://www.mpa.org/useconomicreview/2002/2002\\_Economic\\_Review.pdf](http://www.mpa.org/useconomicreview/2002/2002_Economic_Review.pdf)], 26. 5. 2003.
33. Universal cuts CD prices.  
[URL: [http://money.cnn.com/2003/09/04/news/international/universal\\_cds/index.htm](http://money.cnn.com/2003/09/04/news/international/universal_cds/index.htm)], 4. 9. 2003.
34. Uredba o zneskih nadomestil za privatno in drugo lastno reproduciranje. Urad Republike Slovenije za intelektualno lastnino, 2002, 2 str.  
[URL: [http://www.sipo.mzt.si/Zakoni/Repro\\_ur.pdf](http://www.sipo.mzt.si/Zakoni/Repro_ur.pdf)], 1. 7. 2003.

35. Uredba o zneskih nadomestil za privatno in drugo lastno reproduciranje (Uradni list RS, št. 63/98). [URL: <http://objave.uradni-list.si/bazeul/URED/1998/063/B/5229011083.htm>], 14. 2. 2003.
36. Uspešna spletna prodaja skladb.  
[URL: [http://glasba.siol.net/novice/glasba\\_clanek.asp?page\\_id=1&article\\_id=41030805184452221](http://glasba.siol.net/novice/glasba_clanek.asp?page_id=1&article_id=41030805184452221)], 5. 8. 2003.
37. V letu 2003 si želim.  
[URL: [http://samurai.siol.net/novice/anketa/anketa.asp?Q=1470&site\\_id=4&page\\_id=1](http://samurai.siol.net/novice/anketa/anketa.asp?Q=1470&site_id=4&page_id=1)], 5. 3. 2003.
38. V Nemčiji se je v zadnjem letu kopiranje zgoščenk krepko razpaslo (STA).  
[URL: [http://www.siol.net/novice/news\\_tech/NewsUtil/printnewz.asp?article\\_id=2103040600354657](http://www.siol.net/novice/news_tech/NewsUtil/printnewz.asp?article_id=2103040600354657)], 6. 4. 2003.
39. Veliki slovar tujk. Ljubljana: Cankarjeva založba, 2002, 1303 str.
40. What is piracy.  
[URL: [http://www.ifpi.org/site-content/antipiracy/what\\_is\\_piracy.html](http://www.ifpi.org/site-content/antipiracy/what_is_piracy.html)], 11. 3. 2003.
41. Where did the music go? (Ref: 2002-31). Enders Analysis, avgust 2002. 16 str.
42. WIPO Copyright Treaty.  
[URL: <http://www.wipo.int/clea/docs/en/wo/wo033en.htm>], 28. 2. 2003.
43. WIPO Performances and Phonograms Treaty.  
[URL: <http://www.wipo.int/clea/docs/en/wo/wo034en.htm>], 28. 2. 2003.
44. WIPO Treaties: Technological measures. IFPI, 2003, 3 str.  
[URL: <http://www.ifpi.org/site-content/library/wipo-treaties-technical-measures.pdf>], 1. 3. 2003.
45. Zakon o spremembah in dopolnitvah zakona o avtorski in sorodnih pravicah (ZASP-a), (Uradni list RS, št. 9/2001). [URL: <http://objave.uradnilist.si/bazeul/URED/2001/009/B/52531208.htm>], 21. 9. 2003.
46. Zračunali uporabnikom p2p.  
[URL: [http://samurai.siol.net/novice/rac\\_clanek.asp?site\\_id=2&page\\_id=1&article\\_id=2103010520550135](http://samurai.siol.net/novice/rac_clanek.asp?site_id=2&page_id=1&article_id=2103010520550135)], 7. 1. 2003.
47. Zaščita avtorskih pravic v EU zamuja?  
[URL: [http://samurai.siol.net/novice/rac\\_clanek.asp?site\\_id=2&page\\_id=1&article\\_id=2102123001442957](http://samurai.siol.net/novice/rac_clanek.asp?site_id=2&page_id=1&article_id=2102123001442957)], 30. 12. 2002.

## SLOVARČEK

**CD (compact disc)** – zgoščenska, laserska plošča

**CD-R (compact disc-recordable)** – prazna zgoščenska, namenjena zapisovanju podatkov

**download** – prenos podatkov k sebi

**heker** – računalniški navdušenec

**single** – pesem oz. del albuma, ki je izdan tudi samostojno

**streaming** – strujanje, pretakanje (prenos podatkov preko interneta, ne da bi se ti shranili na trdem disku nosilnika, značilen je za internetni radio)

**tantiema** – avtorski dohodek od javno izvajanega umetniškega dela

**upload** – prenos podatkov od sebe