

**UNIVERZA V LJUBLJANI  
EKONOMSKA FAKULTETA**

**DIPLOMSKO DELO**

**INTELEKTUALNA LASTNINA KOT VZVOD MOČI  
NA DIGITALNIH TRGIH IN V DIGITALNI DRUŽBI  
NA SPLOH**

**Ljubljana, september 2005**

**MIRAN PIBERNIK**

## **IZJAVA**

Študent Miran Pibernik izjavljam, da sem avtor tega diplomskega dela, ki sem ga napisal pod mentorstvom prof. dr. Marka Jakliča in dovolim objavo diplomskega dela na fakultetnih spletnih straneh.

V Ljubljani, dne \_\_\_\_\_

Podpis: \_\_\_\_\_

## KAZALO

UVOD .....	1
<b>1. DIGITALNA GLASBA .....</b>	<b>3</b>
<b>1.1 TEHNOLOŠKO OZADJE DIGITALNE GLASBE .....</b>	<b>3</b>
<b>1.1.1 Distribucija digitalne glasbe .....</b>	<b>4</b>
<b>1.2 ZGODOVINA DIGITALNE GLASBE .....</b>	<b>6</b>
<b>1.3 ODPRTA VPRAŠANJA O DIGITALNI GLASBI .....</b>	<b>7</b>
<b>2. AVTORSKE PRAVICE .....</b>	<b>10</b>
<b>2.1 AVTORSKE PRAVICE IN TEHNOLOGIJA .....</b>	<b>11</b>
<b>2.2 AVTORSKE PRAVICE IN GLASBENA INDUSTRIJA .....</b>	<b>12</b>
<b>2.3 PIRATSTVO .....</b>	<b>13</b>
<b>2.4 BOJ PROTI PIRATSTVU .....</b>	<b>14</b>
<b>2.5 NOVI POSLOVNI MODELI .....</b>	<b>17</b>
<b>3. POGLED PREK MEJA DIGITALNE GLASBE .....</b>	<b>20</b>
<b>3.1 KONCENTRACIJA KAPITALA V INFORMACIJSKI INDUSTRIJI .....</b>	<b>21</b>
<b>3.2 KAPITALIZEM IN KULTURA .....</b>	<b>23</b>
<b>3.3 USTVARJALNO UNIČENJE AVTORSKIH PRAVIC .....</b>	<b>26</b>
<b>SKLEP .....</b>	<b>34</b>
<b>LITERATURA .....</b>	<b>37</b>
<b>VIRI .....</b>	<b>38</b>



## UVOD

Večji del dvajsetega stoletja so glasbene založbe vzdrževale nadzor nad distribucijo glasbe tako, da so jo fiksirale v različne »embalaže«, kot so vinil, audio trak, kompaktna plošča in video. Tradicionalno je distribucija glasbe potekala po več poteh, med katere spadajo predvajanje na radiih, v diskotekah in nočnih klubih, v televizijskih oddajah z videospoti, na televizijskih programih, podobnih MTV-ju, ter na živih koncertih. A vse to se je začelo spreminjati v poznih devetdesetih letih prejšnjega stoletja, ko je v splošno uporabo prešel format audio kompresije, imenovan MP3. Ta format omogoča hitrejši prenos glasbenih datotek prek interneta brez vsakršne embalaže. Razcvet javnega zanimanja za MP3 sega v leto 1998, ko so se zanj začele zanimati določene družbene skupine: neveljavljeni glasbeniki in skupine, ki niso imeli možnosti podpisa pogodbe z eno od večjih založb, so ugotovili, da lahko svoj material posnamejo v formatu MP3 in ga postavijo na razpolago na internet. Tako so zaobšli ustaljene poti in se neposredno pozicionirali na ciljne trge ter izločili tradicionalne posrednike. Poleg tega so študentje in dijaki odkrili, da lahko s pomočjo elektronske pošte in interneta izmenjujejo glasbo med seboj brez večjih stroškov. Ne nazadnje so se pojavila tudi majhna in srednja podjetja, ki so v medmrežnem posredništvu »zavohala« poslovno priložnost. Mnoga internetna podjetja so začela preizkušati nove poslovne modele za dobičkonosno distribucijo digitalne glasbe. Vihar »revolucije MP3« se je v poznih devetdesetih razširil še na medije; »Music wants to be free« (Oakes, 1999) in »MP3 will bring artists a bigger cut of the profits« (Oakes, 2000) sta le dva izmed časopisnih naslovov iz tistega časa. Perry Barlow, soustanovitelj fundacije Electric Frontier (EFF) in nekdanji pisec skupine Grateful Dead, je napovedal, da bo »revolucija MP3 glasbo popeljala v novi vek, kjer glasbene založbe ne bodo več potrebne« (Christopher, 1999). Mark Cuban, predsednik uprave podjetja Broadcast.com, je prav tako napovedal, da bo »šest podjetij, ki nadzorujejo distribucijo filmov in pet podjetij, ki imajo v rokah glasbene posnetke, ali umrlo ali pa se popolnoma spremenilo v roku naslednjih petih let.« (Chapman, 1999).

Ker je bil velik delež tako dosegljive glasbe na internetu brez dovoljenja lastnikov licenc (šlo je torej za piratske kopije), je glasbena industrija ukrepala na več načinov, da bi zaščitila svojo lastnino. Najprej se je leta 1998 povezala s skupino proizvajalcev hardvera in softvera, da bi ustvarili izdelek, ki bi nadomestil ne-varni format MP3. Poleg tega je Združenje ameriške glasbene industrije (RIAA) sodno preganjalo več internetnih podjetij, ki so omogočala izmenjavo MP3-jev, in pozneje tudi uporabnike teh omrežij. Boječ se, da bo internet postal ogromen, neukrotljiv kopirni stroj, je industrija začela uveljavljati zelo strogo politiko licenciranja za vse, ki so želeli uporabiti njihova dela. Zahtevala je tudi močnejšo zaščito intelektualne lastnine na državni in mednarodni ravni. Bistvo revolucije MP3 izhaja iz verovanja, da se bo glasbena industrija močno spremenila, kar bo postavilo pod vprašaj tudi njene dolgoletne prakse in navade. A sama tehnologija ne omogoča spremembe tržišča, čeprav nosi v sebi potencial, da poveča konkurenco s povečanjem možnosti za vstop novih konkurentov ali izboljša raznolikost in dostopnost na trgu.

Tehnologija prav tako ne določa ali oblikuje družbenih odnosov in institucij. Uporabnejša je pri odkrivanju družbenih potencialov (Hsieh, 2002, str. 3). Tisti, ki imajo moč, da jih izkoristijo, dejansko določijo in oblikujejo uporabo tehnologije. S tem ni rečeno, da je vsaka uporaba tehnologije vzvod moči. A s to močjo imetnik le-te določi vzorec za osnovno smer proizvodnje, distribucijo in uporabo.

Zgodovina kaže na ponavljajoč se vzorec uporabe nove tehnologije v medijski industriji; kadarkoli se na medijskem tržišču pojavijo nove tehnologije ali poslovni modeli za dobavo vsebin, jih obstoječa industrija sprejme s strahom, misleč da ji bo uničila obstoječe trge. Glasbena industrija je tako menila, da bodo snemalniki DAT (digital audio tape) omogočili porabnikom, da kopirajo njihovo glasbo. Da bi to preprečili, je RIAA s tožbami onemogočilo vstop snemalnikov DAT na ameriški trg. Čeprav so po dogovoru le-ti dobili zeleno luč, se aparature navsezadnje niso obnesle, saj industrija preprosto ni hotela izdajati repertoarja na kasetah DAT.

A ko določena tehnologija začne kazati poslovno uspešnost, jo medijska industrija hitro vplete v lastni distribucijski sistem in jo prilagodi svojim proizvodom in storitvam. V filmskem poslu so se večja hollywoodska podjetja tako najprej zbalala snemalnika za videokasete, saj niso želeli, da bi uporabniki neomejeno snemali njihove filme. Da bi to preprečili, so porabili na milijone dolarjev, s katerimi so hoteli dokazati, da porabniki nimajo pravice do snemanja filmov pri sebi doma. V resnici je pozneje uporaba snemalnikov in videokaset izdatno povečala gledanost filmov. Poleg tega je izposoja videokaset s filmi postala prav donosen posel. Tako so ljudje, ki so videokasetnike najprej sovražili, le-te pozneje toplo sprejeli, kot da ne bi mogli več živeti brez njih.

Ali bosta digitalna glasba in medmrežna distribucija sledili istemu vzorcu? Kako lahko označimo digitalno glasbo in revolucijo MP3 v sklopu zgodovinskega konteksta? Za zadovoljiv odgovor je potrebno pogledati izza same digitalne glasbe. Raziskati je potrebno sile, ki so vzpostavile vzorce delovanja pri razvoju te tehnologije. Obstaja več področij, ki močno vplivajo na prihodnost digitalne glasbe in digitalne družbe na sploh:

- struktura in dolgoletna praksa glasbene industrije,
- zakoni o avtorskih pravicah in tradicija strogega nadzora nad temi pravicami,
- konsolidacija in koncentracija korporativnega kapitala na internetu.

Najmočnejša vez med naštetimi področji je logika kapitala, zato se bom v nadaljevanju vprašal, kako bo kapital oblikoval digitalno glasbo in internet v prihodnosti, pri čemer si bom pomagal z debato o avtorskih pravicah ter njihovi uporabi na trgu v Združenih državah Amerike in novih poslovnih priložnosti. Obenem bom upošteval še porabniško stran in pravice porabnikov ter neposlovne javnosti, ki jih nenasitni kapital vztrajno omejuje.

## 1. DIGITALNA GLASBA

Danes skoraj vsa distribucija glasbe poteka v digitalni obliki, medtem ko se velika večina glasbenih izdelkov prodaja v embalaži v obliki kaset ali kompaktnih plošč (CD plošč). A »digitalna glasba« se kot termin, ki ga uporabljam v tej nalogi, nanaša predvsem na glasbene datoteke, katerih distribucija poteka po internetu brez fizične embalaže. Digitalna glasba se lahko shrani na domačih računalnikih ali neposredno predvaja. Zaradi teh značilnosti je revolucionarno spremenila pogled na proizvodnjo, distribucijo in porabo glasbe. Še več, uspelo ji je zamajati mogočne temelje vodilnih podjetij glasbene industrije. Njihove poslovne prakse, s katerimi so desetletja uspešno obvladovala glasbeni trg, je kratkem času spremenila v snov za zgodovinske učbenike.

### 1.1 Tehnološko ozadje digitalne glasbe

Vzpon digitalne glasbe so omogočile predvsem številne tehnološke izboljšave. Najpomembnejša je digitalizacija informacij (zvoka, slike in teksta). Digitalizacija informacij pomeni konverzijo informacije v format, ki je računalniku razumljiv, tako da se jo razvije v vrste enic in ničel, ki so prenosljive v določeni kodirani obliki. Po digitalizaciji se informacija (v našem primeru zvok) lahko shrani, predvaja ali kompresira s pomočjo računalnikov.

Audio datoteke tipa wave so bile prve digitalne zvočne datoteke, namenjene potrošnikom. Razvili so jih v Microsoftu, kjer so jih uporabili za sistemske zvoke v sklopu operacijskega sistema Windows in drugih računalniških programov. Ta digitalna zvočna datoteka ni kompresirana in zato zahteva ogromno časa za prenos prek internetnih povezav. V istem času se je pojavil še .au format. Uporabljali so ga predvsem v sistemih Lynux in Unix. Podobno kot .wav datoteka, tudi .au ni bila ustvarjena za učinkovit prenos.

Ker sta bili počasni in nepriročni, se javnost zanju v povezavi z distribucijo glasbe prek interneta ni preveč zanimala. Nato je na oder stopil format MP3, kar je kratica za ISO-MPEG Audio Layer 3. (MPEG ponuja tri možnosti kodiranja, imenovane Layer 1, Layer 2 in Layer 3, pri katerih se kvaliteta zvoka izboljšuje od 1 do 3.) Razvijalo ga je nemško podjetje Fraunhofer IIS vse od leta 1987 dalje z namenom kompresije zvoka in doseganja podobne kakovosti zvoka kot pri CD ploščah (Hsieh, 2002, str. 30). MP3 lahko stisne digitalni zvok v razmerju 12 : 1. Digitalizirana glasba na standardnem CD-ju zavzame okoli 10 megabajtov za približno minuto glasbe. Z MP3 kompresijo datoteke zasedejo le dvanajstino prostora na plošči v primerjavi z nekompresiranimi datotekami. Ta tehnologija omogoča, da so datoteke MP3 neprimerno bolj zgoščene kot surovi audio podatki, zato se lahko veliko hitreje prenaša in lažje shranjuje. In čeprav lahko z njim izdatno varčujemo s prostorom za shranjevanje, ponuja skoraj isto kvaliteto zvoka kot CD plošča.

K priljubljenosti digitalne glasbe je znatno prispeval tudi razvoj interneta. Z njegovo pomočjo lahko porabniki ne le poslušajo glasbo, temveč tudi prebirajo zgodbe o njej, si ogledujejo

videospote in klepetajo s prijatelji. Internet danes povezuje več kot sto držav, ki si nemoteno izmenjujejo audio, video in druge podatke. Z razvojem World Wide Weba (www. ) so se pojavile številne internetne strani, ki so ponujale brezplačne pesmi, albume ter programsko opremo za predvajanje.

Vse to je spodbudilo povpraševanje po digitalni glasbi. Leta 1999 je bilo na medmrežju ogromno število strani z MP3 glasbo in »MP3« je postal drugi najbolj iskan izraz na internetu (tako j za besedo »sex«) (Chapman, 1999). Iskalnik Lycos je beležil povezave na več kot pol milijona strani z MP3 glasbo. Ne nazadnje je vedno bolj razširjena uporaba osebnih računalnikov močno razgrela željo po spremljevalnih napravah, kot so zapisovalniki CD-jev, prazne CD plošče, novi spominski formati, ter spodbudila napredek v potrošniški elektroniki z uvedbo novih prenosnih audio predvajalnikov. Tehnološke iznajdbe so omogočile precej enostavnejšo in predvsem raznovrstnejšo uporabo in ustvarjanje digitalne glasbe.

### **1.1.1 Distribucija digitalne glasbe**

Ko oklestimo informacijo na enice in ničle, dobi digitalna podoba informacije revolucionarne značilnosti; digitalna vsebina je osvobojena potrebe po otipljivem mediju, da bi jo lahko distribuirali (Ku, 2002, str. 7). V preteklosti je vsebina našla svojo pot do javnosti le s pomočjo fizičnih medijev, kot so film, papir, plastika, itn. Fizični medij je omejeval tudi možnosti kopiranja in distribucije. Distribucija del, zaščitениh z avtorskimi pravicami, v obliki knjig, CD plošč ali videoposnetkov je podobna distribuciji vina. Kdor želi dobaviti vino javnosti, potrebuje steklenice. Čeprav je bilo vina dovolj, steklenic ni bilo. Podatke, ki v našem primeru predstavljajo zadnjo uspešnico, novo sliko ali raziskovalčevo delo, sedaj ni več potrebno prenašati na papirju ali plastiki. Digitalno informacijo lahko prenašamo, ne da bi potrebovali steklenico. Informacijo, okleščeno na ničle in enice, lahko prenašamo po radijskih valovih elektromagnetnega spektra, kot električne impulze po telefonskih in kablskih napeljavah ali kot svetlobo po optičnih vlaknih. Na splošno distribucija digitalnih glasbenih datotek poteka na dva načina:

#### **1. Prenašanje datotek in audio »streaming«**

Distribucija digitalne glasbe se običajno prične s CD ploščo, ki jo posname neodvisni glasbenik ali glasbena založba. CD plošča je optični disk, na katerem je zvok posnet v digitalnem formatu, tako da se zvokovnim meram določijo numerične vrednosti. Na trgu se je pojavila leta 1982 in od takrat je večji del ponudbe glasbene industrije na voljo v tej nezaščiteni digitalni obliki. Z uporabo računalnikov in splošno dostopne programske opreme, ki so s tujko znane kot »ripperji« ali digitalni audio ekstraktorji, se digitalne signale s CD plošče preprosto zajame in shrani na različnih spominskih formatih, kot so JAZ in ZIP diski, diskete ali trdi diski. Ko je podatek tako shranjen, se lahko znova zapiše v različne formate, primerne za distribucijo s pomočjo prenosa ali »streaminga«. MP3 je najbolj priljubljen format in uporabljajo ga številne internetne strani za pošiljanje datotek po internetu,



uporabljajoč World Wide Web. Dvanajstkratno povečanje gostote podatkov v formatu MP3 povprečnemu uporabniku omogoča, da povsem preprosto sodeluje pri izmenjavi audio datotek. Zaradi razvoja visoko zmogljivih povezav, kot so Digital Subscriber Line (DSL), T1 in T3 linije ali celo optični kabli, in njihove splošne dostopnosti čas prenosa sploh ne igra več vidnejše vloge. Glasba se nato lahko predvaja s pomočjo stereo komponent, ki so priključene na računalnik in uporabo programske opreme za predvajanje, kot je na primer program WinAmp. Uporabnik lahko glasbene datoteke tudi zlahka izmenjuje z vsakim, tako da jih preprosto priloži elektronski pošti ali zapiše na prazno CD ploščo s pomočjo zapisovalnika (CD-R, CD-RW ali DVD-R). Določena programska oprema omogoča tudi pretvorbo v »surov« .wav format, ki se lahko prav tako zapiše na prazno CD ploščo in predvaja v običajnem CD predvajalniku.

Audio streaming je metoda predvajanja audio datotek med samim prenosom zvočnega zapisa (Botto, 2000, str. 275). Z uporabo streama uporabniku ni treba čakati na konec prenosa, da bi lahko predvajal datoteko ter videl sliko ali slišal zvok. To lastnost so najbolje izkoristile internetne radijske postaje.

## 2. Peer-to-peer (P2P) omrežja za izmenjavo datotek

Web downloading in audio streaming temeljita na strukturi server-klient. Peer-to-peer (P2P) mreže pa računalnikom omogočajo, da izmenjujejo glasbene datoteke neposredno drug z drugim brez prenosa skozi centralni server. Priljubljenost tega modela je poletela v nebo leta 1999 po zaslugi takrat 19-letnega študenta Shawna Fanningsa iz Bostona. Shawn je spisal računalniški program, ki je lahko lociral datoteke MP3 na kateremkoli računalniku, ki je bil povezan v mrežo, poimenovano Napster. Program je bil brezplačen in dan na razpolago prek interneta. Uporabniki so z njegovo pomočjo lahko iskali, prenašali in pošiljali glasbo drugim uporabnikom v mreži. V roku nekaj mesecev je večina študentov v ZDA spoznala, da si lahko glasbo, za katero je bilo prej potrebno odšteti skoraj 20 dolarjev, deli med sabo zastonj.

Leta 2001 so glasbene založbe z razvpito tožbo dosegle, da je Napster prenehal delovati in presedlal na naročniški model. A iz njegovega pepela je vstalo še več programov, ki vzpostavljajo P2P mreže. Najbolj priljubljene reinkarnacije so KaZaa, Morpheus, Soulseek in Grokster. Takoj, ko se založbe lotijo ene mreže in jo s tožbo spravijo na tla, že nekje vznikne druga, ki postavi višji in obsežnejši standard.

Napster in druga P2P omrežja omogočajo distribucijo digitalne vsebine tako, da uporabniki ne iščejo le datoteke MP3, ki so objavljene na internetu, temveč tudi tiste, ki se nahajajo na trdih diskih v računalnikih drugih uporabnikov. P2P omrežja so neznansko razširila univerzum dosegljive glasbe. Pred Napsterjem so bile glasba in druge vsebine na voljo le, če jih je kdo objavil na internetnih strani ali jih pripel na elektronsko pošto. P2P omrežja so izboljšala založniški proces, saj so informacijo, ki obstaja na posameznikovem trdem disku, dala neposredno na voljo drugim uporabnikom omrežja. Uporabljajoč Napster ali Gnutello se mora

posameznik, ki je presnel svojo najljubšo CD ploščo na svoj trdi disk, le prijaviti na omrežje in že bodo te pesmi na voljo milijonom drugih.

Preprostost in priljubljenost P2P omrežij sta se izražali v Napsterjevi neverjetni rasti. Na višku svoje moči je imel Napster po ocenah okoli 75 milijonov uporabnikov, ki so prenašali približno 10.000 pesmi na sekundo (Ku, 2002, str. 8). Glede na notranje ocene je bil Napster sposoben zrasti za več kot dvesto odstotkov na mesec brez vsakršnega trženja.

## 1.2 Zgodovina digitalne glasbe

Za popularizacijo digitalne glasbe so zaslužni trije dejavniki (Hsieh, 2002, str. 40):

- tehnologija kompresije je omogočila hiter in enostaven prenos tudi s povprečno zmogljivo internetno povezavo,
- osebni računalniki so v zadnjih letih postali zmogljivejši s hitrejšim procesorji, večjimi trdimi diski in boljšo internetno povezljivostjo,
- glasba je običajno povezana z določeno demografično skupino, predvsem mladimi in še posebej s študenti. Kot omenja neka raziskava, imajo mnogi od njih dostop do potrebne tehnologije, znanje, da jo uporabijo in očitno ne preveč spoštljiv odnos do zaščite, ki izhaja iz avtorskih pravic.

Uporaba interneta se je razmahnila z uporabo World Wide Weba leta 1993. Takrat večina ni imela pojma, kako naj internetne strani prinašajo dobiček. Čeprav so imela številna glasbena podjetja, skupine in neodvisni posamezniki lastne strani, je distribucija digitalne glasbe ostala v domeni univerzitetnih kampusov. V tem obdobju sta obstajali dve kategoriji internetnih strani, povezanih z glasbo:

- ljubiteljske so ustanovili privrženci določenih glasbenikov ali žanrov,
- industrijske so bile v lasti glasbenih podjetij, skupin ali posameznikov. Postavljene so bile kot promocijsko središče ali virtualna trgovina, s katerimi so vzdrževali odnos prodajalec-kupec. Včasih so bile industrijske strani posvečene le določeni skupini ali založbi. Take strani so ponujale tekstovne informacije (glasbeni izdelki, datumi turnej), grafične elemente (ovitki CD plošč, ostali oblikovalski izdelki, fotografije glasbenikov) ter video in audio datoteke za pokušino. Nekatere industrijske strani so bile internetni trgovci na drobno. Šlo je izključno za trgovsko dejavnost, kjer so porabniki izbirali med ponujenimi izdajami in jih kupovali ter plačevali z uporabno kreditnih kartic.

Čeprav je bil format MP3 izdelan že leta 1987, je postal priljubljen šele proti koncu naslednjega desetletja. Leta 1997 je bila postavljena stran MP3.com. Do leta 1998 so neveljavljani in neodvisni glasbeniki že distribuili svojo glasbo neposredno do potrošnikov z uporabo formata MP3. Mnogi od njih so svojo glasbo ponudili zastonj, nekateri pa so postavili tudi ceno. Poleti 1998 je podjetje Diamond Multimedia objavilo, da bo uvedlo na trg prenosni MP3 predvajalnik, na katerega bodo lahko uporabniki shranili približno eno uro glasbe. Internetne strani, ki so ponujale datoteke MP3, so leta 1999 začele rasti kot gobe po

dežju. Mnoga podjetja in posamezniki so poskušali vzpostaviti dobičkonosne poslovne modele za distribucijo digitalne glasbe; od strani, s katerih so lahko porabniki prenašali glasbo, in internetnih radijskih postaj, do strani, ki so ocenjevale glasbo in izdelovale CD plošče po merah posameznikov. Vse te strani so povzročile val sprememb, ki je spremenil porabnikovo dožemanje glasbe.

### 1.3 Odprta vprašanja o digitalni glasbi

Vzvodi moči na glasbenem trgu se spreminjajo in prerazporejajo. Ustvarjajo se nova razmerja, kjer se krešejo interesi različnih interesnih skupin, ki želijo na bodočih digitalnih poljih požeti čimveč dobička. Številne spremembe so vsem vpletenim zastavile vprašanja, od katerih mnoga še danes nimajo odgovora.

#### 1. Koristi in stroški digitalne glasbe

Po nekaterih ocenah ima digitalna glasba pet družbenih in ekonomskih prednosti (Hsieh, 2002, str. 53):

1. Ker gre večina prihodkov glasbenim založbam, trgovinam na drobno in drugim posrednikom in ne glasbenikom ali skladateljem, digitalna glasba omogoča prihranke, ki so povezani z izločanjem posrednikov (disintermediacijo). Glasbeniki bi lahko zaslužili več oziroma porabniki plačevali manj ali oboje.
2. Distribucija »breztelesnih« digitalnih datotek odpravi težave prevelike ali premajhne proizvodnje CD plošč.
3. Porabniki bi lahko takoj dobili natančno tisto glasbo, ki jo želijo, brez ovir in stroškov, ki jih prinaša transport.
4. S splošno uporabo nove tehnologije se bo močno povečalo število glasbenikov, ki se bodo usmerili na tržne niše, ki so bile do sedaj zapostavljene zaradi premajhne dobičkonosnosti.
5. Digitalna glasba bo povzročila decentralizacijo moči; na eni strani se bo zmanjšala kulturna moč petih velikih založb, na drugi strani pa bodo porabniki digitalne glasbe zlahka ustvarjali lastno glasbo.

Digitalna glasba ima še druge koristi: porabniki lahko kupijo le eno pesem naenkrat, kar bo dobrodošla sprememba za oboževalce, ki so sedaj prisiljeni plačevati ceno celotnega albuma, da bi dobili le eno ali dve dobri pesmi (Cohen, 2000, str. 70). Poleg tega bodo ljubitelji lažje uživali v ponudbi svetovne glasbene zgodovine, ki so jo večje založbe več ali manj zapostavljale.

Kar se tiče družbenih in ekonomskih stroškov, povezanih z digitalno glasbo, se jih večina nanaša na nedovoljeno reprodukcijo in distribucijo zaščitene del. Digitalna glasba je drastično spremenila ekonomske zakone informacijskih dobrin. Običajno je stvaritev informacijske dobrine draga, reprodukcija pa poceni. Proizvodnja informacijske dobrine

vsebuje visoke fiksne stroške in nizke mejne stroške, kar pomeni, da so lahko stroški proizvodnje prve enote precejšnji, proizvodnja ali reprodukcija dodatnih kopij pa znatno cenejša. Da bi dosegli čim višji dobiček, skušajo proizvajalci prodati svoj izdelek čim večjemu številu porabnikov. Ta tradicionalni model deluje, če je izdelek fiksiran v fizično embalažo, kot so na primer vinil, kasete ali CD plošče in analogni formati.

Čeprav je problem piratstva vedno obstajal, je bil relativno omejen. Kopiranje postane resna težava, ko informacija prestane digitalizacijo (Hsieh, 2002, str. 55). Digitalna reprodukcija in distribucija sta namreč načeli same temelje obstoječega sistema. Obstaja več razlogov za to spremembo:

- za dostop do digitalne informacije moramo neizogibno napraviti kopijo, čeprav le začasno,
- informacijo v digitalni obliki se zlahka in poceni reproducira, s tem da se vse nadaljnje kopije ne razlikujejo od izvirnika,
- digitalna informacija je v veliki meri osvobojena medija, ki jo prenaša,
- digitalna informacija omogoča nove oblike in uporabe informacij.

Poleg vsega navedenega prilivajo na ogenj posledic digitalne reprodukcije še računalniška omrežja. Njihov vpliv leži v osupljivih potencialih; visoko zmogljiva računalniška omrežja in informacije v digitalni obliki omogočajo množičnost dostopa in dostop z daljave. Torej visoko zmogljiva računalniška omrežja omogočajo takojšnjo poceni distribucijo informacij po vsem svetu.

## 2. Nadzor nad vsebino

Značilnosti digitalne reprodukcije so izničile nekatere najpomembnejše ovire za kopiranje. Običajno so investicije, ki so potrebne za reprodukcijo in distribucijo vsebin v fizični obliki, fizična embalaža sama in slaba kvaliteta kopije samodejno dušile kopiranje. Poleg tega je bilo mogoče fizične embalaže najti in zaseči, po kakovosti pa so bile take kopije daleč od popolnih nadomestkov. Naštete ovire so delovale kot naraven branik ustaljenega (zakonitega) načina distribucije in ekonomike, povezane z njo. Digitalna tehnologija ni podrejena tem oviram, zaradi česar se je glasbena industrija znašla pred nezavidljivim izzivom.

Glavna skrb največjih glasbenih založb je zadržati svoj prijem nad vsebino in ne koristi, ki jih nudi glasbena kultura v celoti. Zato je revolucija MP3 največkrat opredeljena kot kraja. Odgovor glasbene industrije na rastočo priljubljenost formata MP3 so bili poskusi zadužitve celotnega fenomena in premik k strožjemu nadzoru nad vsebinami. To je storila tako, da je lastnim glasbenikom naročila, naj umaknejo svojo glasbo v datotekah MP3 z internetnih strani, šole je zaprosila, naj opazujejo nezakonit promet z MP3-ji, vložila je tožbo proti podjetju, ki je izdelovalo prenosni MP3 predvajalnik, in objavila namere o izdelavi varnega digitalnega formata, ki bi nadomestil MP3. Vsa ta dejanja so bila hladna prha za podjetja, ki so se ukvarjala z izdajanjem glasbe prek interneta.

Ker internetne strani zahtevajo malo stroškov za postavitev in potrebujejo še manj za svoje obratovanje, promocijo in distribucijo, so bili nad internetno glasbeno ponudbo navdušeni tako glasbeniki kot porabniki, saj je omogočala ponudbo različnih glasbenih del, ki so bila porabniku na doseg enega klika. Poleg tega je bilo splošno sprejeto, da bo internetni glasbeni posel uveljavljenim glasbenikom omogočil, da zaobidejo tradicionalne distribucijske poti in se tako osvobodijo umetniških in poslovnih spon, ki jih vsiljujejo velike založbe (Bettig, 1999, str. 8). Splošno sprejeta domneva trdi, da bi internetno glasbeno založništvo lahko povečalo konkurenco in oslabilo moč velikih založb – če bi mu seveda uspelo najti dobičkonosen poslovni model.

A velike založbe, ki so bile vendarle mogočen posrednik v svetu običajnih trgovin s policami, prodajalci in blagajnami, so udarile nazaj z lastništvom nad avtorskimi pravicami kot orožjem proti valu, ki ga je sprožila digitalna glasba (Robinson, 2001, str. 29). Tisti, ki so poskušali poslovati brez ustreznih dovoljenj, so se morali soočiti z agresivnim pravičanjem. Tudi če se je podjetje poskušalo pogoditi, so založbe svoje kataloge nerade dajale na voljo komurkoli v digitalnem svetu, saj so bile prepričane, da internet ni dovolj varen za njihove vsebine. Če so že bile zainteresirane za posel, so zahtevale smešno visoke predujme, nezaslišane plačilne pogoje in včasih tudi lastništvo (v višini 30 do 40 odstotkov) nad podjetji, ki so se šele prebijala. Z agresivnimi tožbami, (pre)visokimi licenčnimi zahtevami in nepopustljivo taktiko, ki je segala od zavrnitev glede delitve promocijskih materialov do monopolističnih groženj, je močna glasbena industrija ducatom podjetij dejansko onemogočila, da bi služila na račun svojih sanj s pomočjo uporabe tehnologije, ki v sebi nosi moč, da popolnoma spremeni togi in plehki glasbeni posel. Nadzor nad vsebino seveda nima ničesar skupnega z ustvarjalnostjo, temveč kvečjemu z vzdrževanjem monopolističnega položaja tudi v prihodnjem digitalnem svetu.

### 3. Nadzor nad dostopom

Digitalna tehnologija je spremenila ekonomiko kopiranja. Za razliko od proizvodnje steklenic ali knjig je kopiranje digitalne informacije preprosto in poceni. Informacijo v obliki ničel in enic lahko kopira kdorkoli s pomočjo običajnega osebne računalnika in jo shrani na trdi disk ali CD v nekaj minutah ali celo sekundah. Posledično nekdo, ki želi prekopirati celotno kolekcijo enciklopedij, ne potrebuje več investicijskih sredstev za nakup tiskarskih strojev, skladišč in zaposlenih, ki bi proizvajali knjigo za knjigo. Digitalna tehnologija je postopek močno poenostavila. V kombinaciji z internetom digitalna reprodukcija vsakomur omogoča, da s hišnim računalnikom ustvari in pošlje popolne kopije po vsem svetu s hitrostjo več milijard bitov na sekundo. Edini strošek, ki je potreben, da postaneš svetovni distributer (ali pirat) digitalne vsebine, je nakup osebne računalnika, dostop do interneta in elektrika.

Zaradi P2P omrežij so velike založbe spoznale, da posameznikom ne bodo mogle preprečiti izmenjave digitalne glasbe. Za lastnike vsebin, kot so založbe, P2P model predstavlja kaos.

Ko se taka omrežja vzpostavijo, se glasba prenaša z nepredstavljivo hitrostjo, založbe pa zaradi izgube nadzora ne morejo več služiti na račun takih sistemov.

Močan nadzor nad uporabo digitalne glasbe sproža nova družbena in pravna vprašanja. Dostop do digitalne informacije in prenos softvera v Random Access Memory (RAM) neizogibno ustvari »fiksirano« kopijo in tako vsebuje reprodukcijo. Da bi dosegli popoln nadzor nad kopiranjem med celotno distribucijsko potjo, bi morali lastniki avtorskih pravic pridobiti dovoljenje za nadzor dostopa do zelo zasebnih vsebin. Tako ravnanje pa bi bilo po vseh konvencijah o človekovih pravicah in bontonu označeno za nezaslišano poseganje v pravico do zasebnosti (Spangler, 2001, str. 31). Če bi jim vzpostavitev takega nadzora dejansko uspelo doseči, bi porabniki in poslušalci digitalne glasbe kmalu ugotovili, da so njihovi tradicionalni dostopi do glasbe podvrženi nadzoru, kot ga še ni bilo. Po mnenju založb bi morali novi distribucijski sistemi vsebovati novega posrednika, z drugimi besedami – nova digitalna dobava potrebuje novega dobavitelja. Novi člani v glasbeni verigi bi bili lahko podjetja za digitalizacijo in kompresijo glasbe, podjetja za enkripcijo in menedžment digitalnih pravic, podjetja za izdelavo digitalnih zaščitnih vodnih žigov, novi trgovci na drobno, podjetja za informacijsko podporo internetnih transakcij, podjetja za pomoč uporabnikom. Z umestitvijo takšnega števila podjetij med glasbenika in porabnika, se zdi, da vsi segajo v malho posla z digitalno glasbo. Več rok pa seveda pomeni več stroškov.

## **2. AVTORSKE PRAVICE**

Avtorske pravice so pravni instrument, ki nudi ogrodje za določanje prodajnih pravic v intelektualni lastnini (Hsieh, 2002, str. 105). Na kapitalističnih trgih se morajo kulturne dobrine pravno pretvoriti v intelektualno lastnino, preden jih kapital lahko začne izkoriščati. Trgovci z informacijskimi in kulturnimi dobrinami morajo zaradi nenavadnih karakteristik dobrin, ki jih prodajajo, uporabljati mnoge mehanizme, kot so avtorske pravice, patenti, blagovne znamke, oglaševanje, licenciranje, kodiranje, cenovna diskriminacija, itn. (Bettig, 1996, str. 3).

Med vsemi mehanizmi so avtorske pravice sklop pravnih določil, ki varujejo kulturne dobrine pred reprodukcijo, predvajanjem, objavljanjem ali distribucijo s strani drugih brez dovoljenja lastnikov pravic. A avtorske pravice so veliko več kot le pravna institucija, so tudi ekonomska in družbena institucija. Kot ekonomska institucija poskrbijo za izključitev konkurence s trga, zagotavljajo prihodke med obdobjem nizke prodaje (Hsieh, 2002, str. 106) in varujejo ekonomske pravice kapitala. V smislu kulturne institucije na avtorske pravice gledamo kot na področje, kjer se ideologija umetnosti, individualnih pravic in kolektivne svobode, intelektualnega dela in lastnine pretvori v podporo obstoječemu sistemu produkcije. Ker avtorske pravice igrajo tako pomembno vlogo v kulturni industriji, na primer v knjižnem založništvu ter filmski in glasbeni industriji, zaslužijo našo izdatno pozornost. Še posebej je potrebno izpostaviti nežno razmerje med ponudniki in porabniki avtorskih pravic. V kulturi avtorskih pravic gre največ truda v vzdrževanje ekonomskih pravic lastnikov in

zadovoljevanje potrebe po vzdrževanju sprejemljivega ravnovesja med zasebno lastnino pravic in javnim interesom.

Čeprav naj bi avtorske pravice zagotavljale razumno ravnovesje med lastniki pravic in pravicami javnosti, je njihova implementacija neizogibno povzročala napetosti med splošnim principom najsvobodnejše uporabe in distribucije znanja ter omejitvami dostopa do intelektualnih del. Z uporabo avtorskih pravic se omejuje uporaba. Osnovna moč lastnikov pravic leži v preprečevanju kopiranja ali objavljanja svojih del. Ta moč se neizogibno spopade s porabnikovimi željami, da bi našel identično, a cenejše delo na tržišču.

Da bi se omejila ekskluzivnost pravic, so se pojavile določene izjeme, zato pravice lastnikov nikoli niso bile popolnoma ekskluzivne. Ameriški zakon o avtorskih pravicah (Copyright Act) med omejitve pravic uvršča med ostalimi doktrino pravične uporabe (Hsieh, 2002, str. 111). Skladno s to doktrino zakon o avtorskih pravicah dovoljuje omejeno reprodukcijo zaščenega dela za potrebe kritik, komentarjev, novega poročanja, učenja, študija, raziskave ali zasebne rabe. Te rabe so označene kot pravična uporaba in zanje ni potrebno dobiti dovoljenja lastnika pravic.

## **2.1 Avtorske pravice in tehnologija**

Lastniki avtorskih pravic novo digitalno tehnologijo ljubijo in sovražijo hkrati. Ker omogoča difuzijo avtorskih del ter bolj sproščeno reprodukcijo in distribucijo, ruši temelje ustaljene zaščite (Hsieh, 2002, str. 157). Mnogi so napovedali, da bo zaradi tehnoloških inovacij ustaljena zaščita avtorskih pravic postala zastarela, medtem ko se bodo piratom odprle nove možnosti. Zagovorniki novih tehnologij pa trdijo, da bo tehnološki razvoj pripeljal do inovacij in novih virov dohodka za lastnike pravic. Nastale bodo nove vrste aplikacij obstoječih del in novi ustvarjalni okviri za avtorje. Tipičen primer za to je menjava vinilov za CD plošče. Med osemdesetimi in devetdesetimi leti prejšnjega stoletja je večji del rasti dohodka glasbenih založb prinašala prodaja CD plošč. Uvedba CD plošč je porabnike namreč spodbudila, da posodobijo in/ali razširijo svojo glasbeno zbirko.

Trenja med lastniki pravic in zagovorniki novih tehnologij se vrtijo okoli tržne kompenzacije in ekskluzivnosti dovoljene uporabe. Lastniki pričakujejo celotno tržno nadomestilo za svojo lastnino, ali s prodajo kopij svojih del ali s prodajo iz del izhajajočih pravic. A celotna tržna kompenzacija je postala problematična, saj je tehnologija lastnike izločila iz procesa prodaje. Da bi ohranili čim višje kompenzacije in istočasno izkoriščali nove tehnologije, so s pomočjo lobiranja nenehno vlagali dopolnitve k zakonom o avtorskih pravicah, da bi zajeli aplikacije novih tehnologij. Vsakič ko nova tehnologija zamaje zakon o avtorskih pravicah, morajo lastniki postaviti nove meje s pravnimi in zakonodajnimi sredstvi ter sprožiti komunikacijsko in izobraževalno akcijo, s katero vsem interesnim skupinam približajo predpise, ki zadevajo intelektualno lastnino.

A digitalna tehnologija glasbeni industriji ni prinesla le negativnih sprememb. Tehnologija je pač dvorezen meč. Čeprav omogoča učinkovito in poceni reprodukcijo in distribucijo, dopušča tudi možnosti za večji nadzor nad uporabo in distribucijo informacij (Ku, 2002, str. 9). Z razvojem tehnologije lahko avtorji in založniki pridobijo še več moči, kot so jo imeli doslej. Ker digitalna tehnologija za svoje delovanje potrebuje računalniško kodo, se lahko taista koda uporabi za nadzor vedenja. Z zanesljivimi sistemi lahko lastniki pravic na primer uporabijo tehnologijo za nadzor dostopa do njihovih del. Zanesljivi sistemi uporabljajo enkripcijo, s katero preprečujejo nedovoljen dostop do digitalnih vsebin, in določajo, katere pravice ima posamezni uporabnik glede na to vsebino. Z distribucijo prek zanesljivega sistema bi lahko lastniki pravic uporabnikom teoretično zaračunali ne le vsako proizvedeno kopijo (katere proizvodni stroški štejejo skoraj nič), temveč tudi vsako predvajanje ter omejili uporabo datotek in jih celo programirali, da se po določenem času izbrišejo.

## 2.2 Avtorske pravice in glasbena industrija

Avtorske pravice so temelji dohodkovnega toka glasbene industrije. Prodaja plošč že dolgo ni več edini prihodek zabavne industrije. Glasbene založbe in njeni dobički se ne vrtijo več okoli proizvodnje *stvari*, temveč temeljijo na ustvarjanju *pravic*. Vsaka nota glasbe predstavlja »košarico pravic«. Naloga podjetja je, da izrabi čim več teh pravic, ne le tistih, ki se realizirajo ob prodaji posnetih formatov javnosti, temveč tudi tiste ob predvajanju na radiu ali televiziji, uporabi na filmu, oglasu ali videu itn. Semkaj pa seveda spadajo tudi nove uporabe, ki jih prinašajo nove tehnologije.

Že leta 1983 je Stan Cornyn iz podjetja Warner Bros. med govorom na konferenci Mednarodne federacije fonografske industrije v Benetkah napovedal spremembe, ki se obetajo industriji zaradi tehnološkega napredka; nič več ne bodo ponudniki izdelka, t. j. plošč, ki jih kupci kupujejo prek pulta, temveč bodo postali varuhi ogromnih glasbenih podatkovnih baz, iz katerih bodo kupci kupovali s pomočjo interneta in drugih interaktivnih orodij (Alcock et al., 2003, str. 129).

Danes so se mnoge od njegovih napovedi uresničile. Distribucija podatkov z digitalnimi orodji ponuja vedno večjo alternativo ustaljeni distribuciji in maloprodaji plošč. A vendarle še nihče ne ve, ali bo interaktivni nakup glasbe v resnici nadomestil tradicionalne načine ali le komplementarno obogatil porabnikovo izbiro. Nihče še ni ugotovil, kakšen je popoln poslovni model, vendarle pa kopica združenj in nakupov med ključnimi podjetji namiguje na ogromne potenciale, ki jih ponuja digitalna glasba.

Kot ponavadi poslovne priložnosti ustvarjajo pravna vprašanja, še posebej ko gre za ohranitev posla z zaščito pravic, ki izhajajo iz intelektualne lastnine. V tem prehodnem obdobju po trditvah industrije največje izgube prinaša prav kršitev avtorskih pravic, saj je, poleg neizmernega poslovnega potenciala, razvoj digitalne glasbe dal krila še enemu fenomenu – piratstvu.



## 2.3 Piratstvo

Zadnjih pet let se zdi, da sta izmenjavanje datotek in glasbeno piratstvo neustavljivi sili. Za mnoge, ki aktivno izmenjujejo datoteke MP3, je to nekaj najboljšega, kar se je zgodilo glasbi v zadnjem času. Zaposleni v glasbeni industriji, njihovi odvetniki in sodišča pa v izmenjavi datotek vidijo očiten primer kršitve avtorskih pravic in krajo.

Po podatkih Ameriškega združenja glasbene industrije (RIAA) je od leta 2000 dalje prodaja CD plošč padla za 31, prihodki pa za 22 odstotkov od 6,2 milijard ameriških dolarjev v letu 2000 na 4,8 milijard v letu 2003. Leta 2000 se je 10 najboljših albumov prodalo v nakladi 60 milijonov izvodov, leta 2002 je najboljših deset doseglo le 34 milijonov (Wade, 2004, str. 10). Prodaja singlic se je skoraj ustavila in le še peščica glasbenikov ima dovolj močno bazo oboževalcev, da doseže platinasto prodajo (t. j. prodan milijon izvodov ali več).

Seveda so za take porazne številke odgovorni mnogi dejavniki, a po trditvah glasbene industrije noben ni naredil večje škode kot internetno glasbeno piratstvo. Čeprav je Napster prvi zakuhal godljo, v kateri se je znašla glasbena industrija, so nasledniki – še posebej KaZaa – močno preseglji svojega predhodnika. Julija 2002 je število uporabnikov tega programa doseglo magično številko 100 milijonov. Le leto pozneje, maja 2003, je KaZaa osvojil svetovni rekord v opravljenih prenosih z neverjetno številko 230.309.616 prenosov.

Pri RIAA ocenjujejo, da se vsak mesec nezakonito izmenja 2,6 milijardi datotek (predvsem glasbenih) in da je vsak trenutek na medmrežju 5 milijonov uporabnikov, ki izmenjujejo približno milijardo datotek (Wade, 2004, str. 10). Zanimiva je tudi rast prodaje CD-R plošč, torej praznih plošč, na katere se zapiše nezakonito in zakonito pridobljena glasba. Leta 2002 je v Severni Ameriki prodaja skočila za 30 odstotkov, kar pomeni, da je za dvakrat prehitela prodajo že posnetih plošč.

Po nekaterih raziskavah je poleg študentov narasel tudi delež odraslih uporabnikov, ki glasbo pridobivajo nezakonito prek interneta (Rheault, 2003, str. 24). Ta številka naj bi se gibala okoli 35 milijonov, kar je za 17 odstotkov več kot leta 2001. Kar 27 odstotkov uporabnikov interneta, starih med 30 in 49 let, je že izmenjevalo glasbene datoteke. 67 odstotkov ljudi, ki izmenjujejo datoteke, ne zanima, ali so datoteke avtorsko zaščitene ali ne. 21 odstotkov uporabnikov interneta dovoli drugim, da s pomočjo njihovih računalnikov izmenjujejo datoteke. Kar 70 odstotkov uporabnikov, starih med 12 in 22 let, je izjavilo, da bi prenehali z izmenjavo datotek, če bi se znašli pred grožnjo zaporne ali denarne kazni. Tu je treba dodati, da je najvišja možna denarna kazen za nezakonito prisvajanje ali izmenjevanje glasbenih datotek v ZDA kar 150.000 ameriških dolarjev.

Podjetje Edison Media Research je za potrebe raziskave »National Record Buyers Study 3« anketiralo več kot 1000 ljudi, starih med 12 in 44 let. Spraševali so jih o njihovih navadah pri poslušanju glasbe. Od tistih, ki so bili označeni kot »težkokategorni« pirati, torej tistih, ki

imajo na svojem računalniku več kot 100 nezakonitih MP3-jev, jih je 48 odstotkov izjavilo, da jim ni treba več kupovati CD plošč, saj lahko glasbo dobijo zastonj, 71 odstotkov pa je potrdilo, da so raje presneli prijateljevo CD ploščo kot da bi kupili svojo (Wade, 2004, str. 10). Iz teh dejstev je glasbena industrija potegnila sklep, da so ljudje, ki so nekoč industrijo podpirali kot težkokategorni nakupovalci plošč, prestopili na drugo stran in pustili na njenih prihodkih veliko črno luknjo. Padajoča prodaja in dobički so bili dovolj veliki razlogi, da industrija ni več sedela križem rok in je začela vračati udarce.

## 2.4 Boj proti piratstvu

Kampanja glasbene industrije proti piratstvu je – skromno gledano le z logističnega stališča – najkontroverznejša in najkompleksnejša akcija proti kraji intelektualne lastnine v zgodovini. Podjetja z glasbenega področja so tudi prva, ki so se odločila, da se bodo borila proti ljudem, ki kradejo digitalno lastnino prek interneta. Na prvih bojnih linijah je kakopak Ameriško združenje glasbene industrije (RIAA), ki je s pripravami začelo že v zgodnjem poletju 2002, ko je strokovno osebje RIAA potihoma tehtalo možnosti za tožbe proti individualnim uporabnikom nezakonitih omrežij. Junija istega leta je RIAA objavilo, da so dosegli prelomno točko; tiste, ki izmenjujejo datoteke, bodo tožili. RIAA ni opravilo le preproste inventure o pesmih, ki jih ljudje izmenjujejo na internetu. Zbralo je tudi »meta podatke« o posameznih skladbah. Dejanski in psihološki učinek je bil tako močan, da so se za trenutek ustavili mnogi pirati, prisluhnile pa so tudi druge branže, kot so založniška, filmska ter programska industrija, ki se bodo morale kmalu spustiti v bitke na svojih bojiščih.

Na začetku so mnogi direktorji glasbenih podjetij navkljub tonečim številkam nasprotovali tožbam proti njihovim strankam. Vedeli so, da se bodo zaradi pravne vojne od njih le še bolj oddaljili. Preden se je združenje spravilo nad najstnike z zmogljivimi internetnimi povezavami, je hotelo težavo rešiti z zaprtjem strani, ki omogočajo izmenjavo datotek in tako podpirajo piratstvo (France, Grover, 2003, str. 94). Čeprav so julija 2001 odvetniki dosegli ukinitve Napsterja, so druga P2P omrežja (Morpheus, Grokster) večje krmarila po zakonskih luknjah. Industrija je oktobra 2001 tožila P2P pirate druge generacije in pričakovala isti rezultat kot v primeru Napsterja. A aprila 2003 je zvezni sodnik v Los Angelesu odločil, da Morpheus in Grokster lahko delujeta. Ta uničujoča odločitev je pomenila, da bo glasbene internetne strani nemogoče ukiniti na sodišču. Zato je industriji ostala le še ena možnost – tožiti uporabnike.

Pred veliko akcijo je bil glavni izziv minimiziranje negativne publicitete. Zato je združenje spravilo v obtok vrsto obvestil, s katerimi so uporabnike opozarjali na prihajajoče tožbe. Poslali so na primer na milijone kratkih sporočil uporabnikom programa KaZaa in jih opozorili, da je njihovo početje nezakonito.

Dan D se je zgodil 25. junija leta 2003. Takrat je padla odločitev, da bo RIAA dejansko šlo v tožbo. Svojim lovcem so pustili proste roke in jih poslali v lov (France, Grover, 2003, str. 94).

Čeprav natančnih raziskovalnih tehnik RIAA ne želi razkriti, je približen postopek znan; v iskalnike programov so vnašali imena priljubljenih skladb, iskalni rezultati pa so vračali na stotine, včasih na tisoče uporabnikov, ki so jih dajali na razpolago drugim. Čeprav je na KaZaa in drugih omrežjih prijavljenih na milijone ljudi v danem trenutku, je možno z vzporednimi računalniškimi tehnikami preveriti podatke o posameznem uporabniku v zgolj nekaj tednih. Ko so zbrali dovolj podatkov, so od ponudnikov internetnih storitev zahtevali identifikacijske podatke o posameznih kršilcih. Le-ti so bili na začetku zadržani, a so pozneje ugodili zahtevam. Združenje je zbralo tudi »meta podatke« o posameznih skladbah; mnoge datoteke MP3, ki so na voljo na omrežju KaZaa, nosijo v sebi podatke o internetni strani, s katere prihajajo, ime osebe, ki jih ponuja na internetu, in podatke o programski opremi, s katero so bile datoteke ustvarjene. To so pogubni dokazi proti tistim, ki bi trdili, da so datoteke MP3 na njihovih računalnikih kopije njihovih lastnih CD plošč.

Septembra istega leta so vložili prve tožbe. Toženci so prejeli pozive, kopijo seznama obtožb proti njim ter seznam pesmi, ki so jih nezakonito pridobili in dali na razpolago, ter dvostransko pismo odvetniške pisarne, v katerem je pisalo, da kršenje avtorskih pravic ni zločin brez žrtev, saj glasbena industrija zaposluje na tisoče ljudi, med njimi delavce v tovarnah, ki izdelujejo CD plošče, osebje v skladiščih in prodajalce v trgovinah idr. Posebej so poudarili, da je njihovo preživetje odvisno od prodaje plošč.

RIAA je obtoženim ponudilo dogovor v razponu med 2000 in 5000 ameriških dolarjev. Da bi združenje odstopilo od tožbe, so morali podpisati še izjavo, da ne bodo razkrivali podrobnosti o dogovorih. Le dva dni po vložitvi tožb je 10 oseb pristalo na dogovor (France, Grover, 2003, str. 94). A RIAA se je vendarle balo, da bi jih bumerang zadel v glavo. Zato se predlagali amnestijo. Vsakdo, ki je kadarkoli nezakonito izmenjeval glasbo, se lahko izogne pravnim težavam tako, da preprosto podpiše izjavo, s katero se zaveže, da ne bo več kradel glasbe. S tem je združenje želelo doseči sporazum z ogromno večino piratov, ki jih ni tožilo – torej z njihovo pravo tarčo. Združenje želi s tem doseči predvsem spremembo vedenja piratske skupnosti, pravijo. Rezultati teh prizadevanj pa bodo empirično znani šele čez nekaj let, medtem ko se zakoni in predpisi, ki oblikujejo razmerja in navade z daljnosežnimi posledicami, sprejemajo že danes.

Zgodovina napada:

- januar 1999: Shawn Fannings pusti študij in se popolnoma posveti Napsterju, revolucionarni internetni storitvi, ki je pritegnila milijone uporabnikov,
- december 1999: RIAA udari nazaj in toži Napster, ker domnevno prispeva h kršenju avtorskih pravic,
- julij 2000: zvezni sodnik v San Franciscu izda o odločitev o zaprtju Napsterja, a višje sodišče dovoli odložitev izvedbe zaradi pritožbe,
- julij 2001: ker je izčrpal vse svoje pritožbene možnosti, Napster doživi svoj konec. A vzniknejo nove storitve, kot so KaZaa, Morpheus, LimeWire in druge, ki so odpornejše na pravne napade,

- oktober 2001: industrija toži omrežji Grokster in Morpheus na zveznem sodišču v Los Angelesu,
- poleti 2002: RIAA začenja preučevati možnost o tožbi posameznih piratov,
- april 2003: zvezni sodnik odredi, da lahko Grokster in Morpheus delujeta še naprej,
- september 2003: RIAA vloži tožbe proti 261-im domnevnim kršilcem avtorskih pravic.

RIAA bje svoje pravno bitko proti kršilcem še danes. A to ni njegovo edino področje boja. RIAA ima sedež v Washingtonu, kjer je pomemben lobist za podjetja, ki jih združuje. S svojim vplivom je združenje doseglo, da je ameriški kongres sprejel vrsto zakonov in aktov, s katerimi se glasbena industrija lažje spušča v boj proti kršilcem avtorskih pravic. A zdi se, da so šli v nekaterih primerih predaleč. Najbolj razvpit med njimi je Digital Millennium Copyright Act (DMCA) iz leta 1998, ki je med drugim kriminaliziral ustvarjanje in distribucijo česar koli, kar bi spodbudilo učinkovitost protipiratske tehnologije. Država je šla celo tako daleč, da je z zakonskim aktom proizvajalcem strojne opreme naložila, naj v svoje računalnike in zabavno elektroniko vgradijo zaščito. Ta zaščita bi morala biti v vseh napravah, ki lahko shranjujejo, prenašajo, procesirajo, predvajajo, oddajajo, sprejemajo ali kopirajo informacijo v digitalni obliki. Na noge je skočila tako industrija kot civilna javnost, ki je cinično izjavljala, da ta zakon velja še za mikrovalovne pečice in – kar je še huje – daje vso moč lastnikom avtorskih pravic, medtem ko se na porabnike pozablja. Sčasoma je bilo zaradi pritiskov javnosti sprejetih nekaj dopolnil, s katerimi naj bi porabniki znova dobili nazaj nekaj pravic in možnost soodločanja. A ker je zaradi vedno bolj razraščajočega se piratstva industriji že uspelo spraviti pravice svojih porabnikov na minimum, pridobljenega ni hotela kar tako spustiti iz rok.

Tako so leta 2003 po nekaj letih medsebojnih sporov vodilna združenja glasbene in tehnološke industrije stopila skupaj. V skupni izjavi so zapisala, da želijo zaščititi avtorske pravice filmov in glasbe brez vmešavanja države. Na podlagi novo podpisanega sporazuma so začeli ovirati poskuse kongresa, s katerimi bi porabnikom povečali obseg pravic. Šlo je za dovoljenje gledalcem, da si ustvarijo rezervno kopijo priljubljene DVD plošče, in poslušalcem, da si presnamejo glasbo na svoje prenosne predvajalnike.

Vodilna tehnološka podjetja so izjavila, da po njihovem mnenju DMCA, ki porabnikom postavlja omejitve glede njihovega ravnanja z digitalno glasbo in filmi, na splošno deluje, kot je bilo zamišljeno (Bridis, 2003, str. 1). Ta tehnološka podjetja, med katerimi so bili Microsoft, IBM, Dell Computer in Intel, so poleg tega še jasneje izrazila podporo agresivnejšemu preganjanju digitalnih piratov. V zameno je združenje pristalo, da bo lobiralo proti vladni zahtevi po vgraditvi protipiratske zaščite v prihodnje generacije naprav zabavne elektronike, ki bi močno otežila izmenjavo glasbe in filmov. Tehnološka podjetja so namreč tožila, da je takšna zaščita predraga in preveč zapletena.

Sporazum je stopil v veljavo, tik preden naj bi se kongres odločal o tem, kaj lahko porabniki počnejo s kupljenim digitalnim materialom. Borba za avtorske pravice je tako poskrbela, da

sta se Hollywood in Silicijeva dolina nehala grdo gledati (Bridis, 2003, str. 1). S sporazumom sta namreč dosegla, da je v kongresu propadel predlog o prepovedi izdelave ali distribucije tistih digitalnih medijskih naprav – kot je na primer prenosni predvajalnik glasbe –, ki ne vsebujejo državno odobrene zaščite proti nezakonitemu kopiranju. Po drugi stani pa so bili zaradi sporazuma omajani tudi napor določenih kongresnikov, da bi jasneje določili pravice porabnikov v ameriških zakonih o avtorskih pravicah. Nekateri izmed njih so hoteli doseči, da bi porabniki lahko prodali naprej ali podarili glasbo ali filme, ki so jih kupili, in sodno ne bi bili preganjani, če bi v ta namen prelomili protipiratsko zaščito, ki omejuje to pravico.

Glasbena industrija toži, da je zaradi nezakonite izmenjave glasbenih datotek med leti 1999 in 2004 izgubila vsaj 5 milijard ameriških dolarjev (Research and Markets, 2004). Ker pa število gospodinjstev, ki se oskrbujejo z visoko zmogljivimi internetnimi povezavami, ki so ključni dejavnik za prenose večjih datotek, hitro raste, naj bi se ta številka v prihodnjih štirih letih vsaj potrojila. Ta in večina drugih objavljenih števil o škodi, ki jo povzroča glasbeno piratstvo, temelji seveda na več ali manj subjektivnih in tako spornih ocenah. Čeprav glasbena industrija predstavlja piratstvo precej enoznačno, so vzvodi, ki stojijo za »piratskim« vedenjem drugače poštenih državljanov, dokaj večplastni. Tako je treba gledati tudi na vzroke, ki povzročajo izgubo. Višina domnevne škode je v resnici naravnost šokantna, a pozoren opazovalec ob natančnejši analizi ugotovi, da številka temelji na predpostavki, da bi ljudje, ki so si glasbo prisvojili nezakonito, v odsotnosti te možnosti kupili ploščo v trgovini in zanjo plačali polno ceno. Seštevek izgube polne cene je preveden v oceno škode z naslova piratstva. Ta predpostavka pa seveda v mnogih primerih ne drži, saj znaten delež porabnikov ne bi kupoval določene glasbe, programske opreme ali drugih storitev, čeprav jih danes pridobiva nezakonito s pomočjo P2P omrežij. Tako so ocene škode mnogokrat pretirane, piratstvo pa malce nepravilno razglašeno za najhujšega sovražnika glasbene industrije v zadnjem stoletju. Vendarle pa taka dramatična karakterizacija ponuja kar nekaj prednosti. Pod krinko boja proti piratstvu in njegovim škodljivim posledicam lahko glasbena industrija pripravi ugoden pravni in tehnološki teren za nov železni prijem nad glasbenim trgom.

## **2.5 Novi poslovni modeli**

Napsterjev primer je pokazal, da zmore model P2P mrež privabiti ogromno število uporabnikov. Posledično so se mnogi seveda vprašali, kako bi se dalo na ta račun zaslužiti. Ko je Napster presedlal na naročniški sistem, se je število njegovih uporabnikov dramatično zmanjšalo, slavo in nove odjemalce pa so prevzeli P2P sistemi nove generacije. Njihov zanos se je še povečal, ko je sodnik zavrnil tožbo glasbene industrije proti Morpheusu in Groksterju. Po tem prelomnem dogodku je Wayne Russo, direktor Groksterja, postal vroča roba. Na univerzah je študentom predaval, kako naj spet iztrgajo glasbo iz grabežljivih rok glasbene industrije, v Londonu pa se je sestajal s predstavniki največjih investicijskih skladov, ki so imeli v rokah najvplivnejše svetovne glasbene holdinge. Le-ti so mu zastavljali množico vprašanj o izmenjavi datotek in prenašanju glasbe po internetu.

V zadnjem tednu avgusta leta 2003 so uporabniki uporabili Grokster 8,5 milijonkrat. Ko so se najstniki septembra vrnili v šolo, je številka poskočila na 10 milijonkrat (Pulley, 2003, str. 052a). Kljub tožbam je Russo vedno poudarjal, da ljudje ne bodo nehali izmenjavati datotek. Tudi administratorji mrež se niso ustrašili. Še več, tokrat so udarec vrnili oni. Skupaj so ustanovili lobistično združenje P2P United, ki naj bi se spoprijelo z glasbeno industrijo. V enem izmed prvih korakov so neki materi, ki je plačala 2000 ameriških dolarjev, da bi poravnala tožbo proti njenemu 12-letnemu sinu, povrnili denar. Seveda pa se podjetja, ki obvladujejo P2P omrežja, ne želijo bojevati z glasbeno industrijo. Z njimi bi raje sklenili partnerstvo, s katerim bi njihova dejavnost postala zakonita. S tem bi potencial, ki ga nosi v sebi na primer Grokster, zaživel tudi poslovno. Že leta 2003 je šele dve leti in pol staro omrežje prinašalo 2 milijona dolarjev prihodka od prodaje oglasnega prostora in programske opreme, medtem ko so bili stroški skoraj nični. Vsi štirje zaposleni so omrežje vzdrževali s pomočjo domačih računalnikov.

Potenciala se zaveda tudi glasbena industrija, ki pozorno spremlja svoje tekmece in ocenjuje učinkovitost njihovih idej in poslovanja. Še več, vedno bolj postaja očitno, da pri prizadevanju za ukinitve P2P omrežij ne gre za boj proti piratstvu, temveč za boj za prevzem iniciative na področju digitalne glasbe.

Glasbena industrija in sorodne branže se morajo poleg tega spoprijeti z grenkim dejstvom, da je na področju zakonite izrabe digitalnih glasbenih izdelkov malo dobičkonosno delujočih poslovnih modelov. V zadnjem času kot zlati standard za porabniške trge navajajo DVD plošče, ki kljub vgrajeni zaščiti proti presnemavanju dosegajo dobre številke tako pri prodaji kot pri izposoji. A vprašanje tranzicije porabnikov od tega, da hočejo, do tega, da hočejo in bodo za to tudi plačali, je še vedno odprto. V industriji je v povezavi s to tematiko največ govora o t. i. modelu »plačaj glede na uporabo« (pay-per-use) in drugih naročniških modelih.

Ena prvih storitev, ki je ponujala digitalno glasbo na povsem zakoniti osnovi, je bila Napster 2.0, plačljiva različica razvpitega piratskega omrežja za izmenjavo datotek. Njegova zasnova je postala ogrodje storitve, ki ponuja okoli 500.000 pesmi. Vendarle pa je največ optimizma v industrijo vneslo podjetje Apple, ko je uvedlo storitev iTunes, ki ponuja zakonito digitalno glasbo, ki jo porabniki lahko presnamejo na revolucionarne Appleove prenosne predvajalnike, ki se prodajajo pod blagovno znamko iPod (Upbeat – Is The Threat Of Online Piracy Receding?, 2003, str. 58). Čeprav je bila večina na začetku v dvomih, je število prenosov ob pričetku poslovanja zaprlo usta tudi največjim skeptikom. Aprila 2003 je bilo prek iTunes kupljenih več kot milijon prenosov glasbenih datotek. Do konca oktobra so jih prodali že okoli 14 milijonov. Na začetku je bila storitev iTunes na voljo le Macovim uporabnikom, nato jo je podjetje Apple prilagodilo tudi za uporabnike PC-jev, nakar so številke poletele v nebo. iTunes nudi knjižnico 400.000 pesmi, vsako od njih pa ponuja za 99 ameriških centov. S to storitvijo je podjetje Apple okostenelim direktorjem velikih založb pokazalo, da se da z novo tehnologijo in domiselnim trženjem služiti z digitalno glasbo tudi na zakonit način.

Uspeh storitve iTunes leži v iPodu, prenosnem predvajalniku datotek MP3. A iPod ni prvi svoje vrste. Leta 1999 je glasbena industrija vložila tožbo proti podjetju Diamond Multimedia Systems, Inc., ki je izdelovalo prenosne naprave MP3. Ta tožba je sprožila vrsto bitk med ponudniki storitev z digitalno glasbo in glasbeno industrijo. Rio je bila majhna naprava (v približni velikosti audio kasete) s slušalkami, ki uporabniku omogoča, da z računalnika nanjo presname glasbene datoteke in jih po želji predvaja. Leta 1998 je Rio stal okoli 200 ameriških dolarjev, uporabniki pa so lahko nanj shranili največ uro glasbe. Pred pojavom prenosnih naprav, kot je Rio, je bilo predvajanje datotek MP3 na zasebni ravni mogoče le s pomočjo uporabnikovega računalnika in pripadajočih zvočnikov ali slušalk. S pomočjo Ria so uporabniki lahko uživali v MP3-jih kjerkoli in kadarkoli. Rio ne prenaša datotek neposredno z interneta. Uporabnik mora datoteke najprej prenesti na računalnik in nato uporabiti uradno programsko opremo, da naloži datoteke z računalnika na predvajalnik.

Ker so se zbal, da bo Rio uporabnike napeljeval na nezakonito kopiranje glasbe, je združenje RIAA leta 1998 vložilo tožbo, s katero je hotelo doseči prepoved prodaje. Rio so označili za audio-digitalno snemalno napravo, s čimer bi padla pod določila zakona o avtorskih pravicah. Kalifornijsko sodišče je to utemeljitev zavrnilo in določilo, da Rio ni snemalna naprava, saj ne proizvaja kopij digitalne glasbe. Njeno delovanje omogoča navezava z računalniki, ki so naprave splošne rabe in ne audio-digitalne snemalne naprave (Hiseh, 2002, str. 164). S tem so prenosni predvajalniki MP3 dobili nov veter v jadra, ki je omogočil vzpon iPodu in storitve iTunes. Zaradi tega je glasbena industrija končno spremenila pogled na možnosti, ki jih ponuja posel prodaje digitalne glasbe prek interneta.

Stvari so se nato začele premikati. V zadnjem četrtletju leta 2003 so se katalogi digitalnih glasbenih datotek, ki so zakonito dosegljivi na internetu, povečali za 30 odstotkov. Poročilo, ki ga je izdala Mednarodna federacije fonografske industrije (IFPI), o glasbi na internetu v letu 2004 je bilo najbolj pozitivno naravnano do tistega trenutka. Pozitivno poslovanje so zabeležili celo čez lužo. Storitve OD2 (On demand distribution) je vodilni evropski ponudnik digitalne glasbe. Leta 2003 so v zadnjih dvanajstih mesecih zabeležili več kot 3 milijone prodanih pesmi in so pričakovali nepretrgano rast še naprej. Še več, dosegali so celo več kot 25-odstotno rast na mesec. Zelo zgovoren dokaz je prodaja po božičnem obdobju. Takrat se prodaja glasbe na fizičnem mediju že tradicionalno precej zmanjša, tako je bilo tudi tisto leto, medtem ko je prodaja glasbenih datotek MP3 rasla nepretrgano. iTunes in podobne storitve so zbudile glasbeno industrijo, saj so ji pokazale, da lahko digitalna glasba na internetu v povezavi s primernim trženjem premaga zastojarske strani.

A še bolj kot iTunes je na prihodnost glasbenih založb pokazala poteza Universal Music Group, največje izmed njih. Septembra leta 2003 je cena CD plošč zmanjšala kar za četrtno. Druge založbe so ji bile prisiljene slediti, medtem ko so jih diskontne trgovine, kot so Wal-Mart, Circuit City in Best Buy, potisnile že nižje (Upbeat – Is The Threat Of Online Piracy Receding?, 2003, str. 58).

Uspeh iTunes je glasbene založbe soočil z neprijetno resnico; večina ljudi bi najraje kupovala posamezne pesmi in ne celotne albume. Applovi podatki kažejo, da so njihove stranke pri iTunes kupile 12 pesmi na album (Upbeat – Is The Threat Of Online Piracy Receding?, 2003, str. 58). Najboljši glasbeniki bodo še vedno premamili poslušalce, da kupijo njihov album, industrija v celoti pa se ne more več zanašati, da bo dobila polno ceno za album v zameno za podporo glasbenika. Tudi priznani glasbeniki, kot je Moby, trdijo, da bo morala glasbena industrija opustiti obstoječi poslovni model, saj ne bo mogla več ustvarjati ogromnih dobičkov na račun CD plošč, katerih izdelava stane skoraj nič. Zaradi nižjih cen bodo morali zmanjšati stroške trženja za glasbenike tudi za štiri petine, pravi Moby. Ko bodo založbe izgubile močan adut trženja, bodo (skupaj z internetno distribucijo) glasbeniki dobili v roke več moči. Moby se sprašuje, ali je glasbena založba res bolj usposobljena od njega, da pošlje njegove najnovejše pesmi na iTunes?

Eden izmed razlogov, da v zadnjem času ljudje manj cenijo glasbo, leži v dejstvu, da glasbene založbe vlagajo veliko energije v ustvarjanje instantnih zvezd, ki imajo ogromen, a le kratkotrajen uspeh. Če bodo založbe spremenile svoj poslovni model, lahko ta recept postane zgodovina. Če že ne bodo mogle zaslužiti s prodajo glasbe na internetu, bodo svoj kos pogače poiskale pri drugih glasbenikovih prihodkih. Takrat bo v njihovem interesu, da negujejo njegovo dolgoročno ustvarjalnosti in kakovost.

Da je s poslovnim modelom glasbenih založb nekaj hudo narobe, kažejo tudi rezultati raziskave, ki so jo opravili raziskovalci Harvardske poslovne šole. Ko so primerjali podatke prenosov na P2P omrežjih s prodajo CD plošč v trgovinah, so ugotovili, da kategoriji vplivata druga na drugo skoraj zanemarljivo; po najhujšem scenariju bi bilo potrebnih 5000 prenosov, da bi se prodaja albuma zmanjšala za en sam izvod, kar še zdaleč ne pojasni dramatičnega upada prodaje, s katerim se sooča glasbena industrija (O'Rourke, 2004, str. 9). Še več, raziskovalci so celo ugotovili, da albumu, ki se prodaja v nakladi več kot 600.000 izvodov, vsakih 150 prenosov poveča prodajo za en izvod. Iz tega bi lahko sklepali, da izmenjevanje datotek ni tako veliko zlo, kot ga rado prikaže združenje RIAA. Kaj se torej skriva v ozadju boja velikih podjetij glasbene industrije in informacijske branže na splošno proti t. i. piratstvu, ki baje izpodkopava temelje njihovega obstoja in ogroža preživetje tisočih, ki so zaposleni v tej industriji?

### **3. POGLED PREK MEJA DIGITALNE GLASBE**

Čeprav je fenomen »revolucije MP3« glasbeno industrijo popolnoma presenetil, so se vodilna podjetja kmalu zganila in se zagledala v prihodnost, kjer še vedno čakajo neizkoriščene priložnosti, ki jih obeta prehod v digitalno in informacijsko družbo. Začela se je neizprosna dirka za zagotovitev tržnega deleža na prihodnjih trgih. Postavljajo se nova pravila in določajo nova lastniška razmerja. Glasbena in filmska industrija, mediji ter tisk iščejo nove poslovne modele, ki bodo dobičkonosni in – če se le da – omogočali monopol ali oligopol nad določenim trgom. A naleteli so na težave; njihovi izdelki niso prave potrošne dobrine. V njih



se aktivno pretakajo družbeno-kulturne komponente, ki nosijo pridih javnega. A kapital sme v poslovni sferi prodajati le zasebne dobrine, javne dobrine pa samo pod določenimi pogoji. Ti pogoji se zrcalijo v avtorskih pravicah. A preobrat, ki ga je zakrivila digitalna glasba, zato poleg vsega ostalega zahteva še, da se na novo določijo tudi razmerja med javnim in zasebnim, kar postavlja pred vse vpletene povsem nov in obsežen spekter neodgovorjenih vprašanj. Ob njih se zdi problem piratstva naravnost malenkosten, a je v resnici še bolj pomemben, kot se nekateri zavedajo ali kolikor bi ga drugi radi prikazali. Taisti sveženj pravnih in ekonomskih ukrepov, s katerimi želi informacijska industrija zajeziti pirate, bi ji v prihodnji digitalni družbi zagotovil moč in vpliv nad trgovanjem z informacijami. Zdi se, da je boj proti piratstvu tako le poskus, da bi s trga že danes izrinili jutrišnje tekmece, orodje, s katerim želijo to doseči, pa so avtorske pravice. Le-te so ustvarjene, da določajo razmerje med javnim in zasebnim. A dejansko stanje kaže, da v resnici vedno bolj pristransko koristijo le kapitalu. Tako se je potrebno vprašati, ali naša družba (vključno z gospodarstvom) sploh potrebuje take avtorske pravice. In kar je še pomembneje, ali smo pripravljeni dopustiti, da bo javni in zasebni pretok informacij v prihajajoči informacijski digitalni družbi v rokah ozkega kroga poslovnih subjektov.

### **3.1 Koncentracija kapitala v informacijski industriji**

Koncentracija kapitala s pomočjo združitvev in nakupov je ustvarila velike medijske konglomerate. Konglomerati so velike korporacije, ki jih sestavljajo podjetja iz različnih dejavnosti (sestavljena so na primer iz televizijskih, filmskih, glasbenih in računalniških podružnic). Podjetja pod okriljem konglomerata so povezana horizontalno (film in glasba) ali vertikalno (proizvodnja in distribucija glasbe) ali pa so celo žanrsko nepovezana (tako je Seagram decembra 1998 kupil založba MCA, Inc.). Obstajajo tri pomembne prednosti, ki jih uživajo korporacijski konglomerati v ekonomski vojni (Hsieh, 2002, str. 77):

- Konglomerati prinašajo nekaj dodatne učinkovitosti z razpršitvijo tehnološkega znanja, trženja in obstoječih industrijskih ali trgovskih procesov na druge izdelke ali storitve.
- Ker konglomerate odlikuje znatna vertikalna integracija na področju medijev, lahko popačijo standardne tržne mehanizme na več različnih načinov.
- Ko korporacijski konglomerat obvladuje integrirani medijski sistem, vključno s proizvodnjo in distribucijo, lahko poveča svojo tržno moč z navzkrižno promocijo ali prodajo proizvoda s pomočjo ustvarjanja sinergij.

Zaradi tehnoloških sprememb je moral kapital zavzeti nove strateške položaje. Podjetja v informacijski panogi so sledila vzorcu vodilnih na glasbenem trgu; s koncentracijo kapitala so povečala in utrdila svoj položaj na trgu. Primeren teren za prevzeme in nakupe pa so omogočile prav tehnološke iznajdbe, zaradi katerih so še včeraj dokaj neodvisna podjetja spoznala, da bodo s primernim strateškim partnerjem lažje obstala na prihodnjih trgih digitalnih storitev:

## 1. Koncentracija korporacij na internetu

Z uporabo enotnega digitalnega jezika digitalizacija omogoča shranjevanje, prenos ali predvajanje vseh vrst informacij (glasbe, filmov ali besed). Ko se informacijo enkrat pretvori v ničle in enice, lahko njena distribucija poteka po telekomunikacijskih poteh, kot so telefon, kabli ali sateliti. Posledično tradicionalne razlike med različnimi vrstami informacij postanejo zanemarljive in zastarele, zabriše pa se tudi meja med prej različnimi poslovnimi področji, kot so založništvo, telekomunikacije, filmska in televizijska industrija, glasbeni posel, itn.

Konvergenca prej jasno ločenih hardverskih komponent je spodbudila nova zaveznitva. Za ohranitev monopolističnega nadzora nad trgovom so vodilna podjetja v komunikacijskih branžah uporabljala predvsem dva načina: nekatera so poskušala pod eno streho spraviti vsa področja informacijskega sektorja, od surovin – torej kulturnega materiala – do distribucije izdelkov in maloprodaje. Spet druga so se odločila za medsebojno komplementacijo. Različna podjetja so tvorila zaveznitva med sabo, da bi zavarovala svoje tržne deleže.

Prvi način najbolje ponazarja posel med podjetjema America On line (AOL) in Time Warner. V »informatični dobi« ponudniki internetnih storitev (PIS) igrajo osrednjo vlogo pri zagotavljanju dostopa do interneta od doma ali iz pisarne. PIS-i poskrbijo za povezavo med uporabnikom in internetom v zameno za nek mesečni znesek. Uporabnikom običajno ponujajo »personalizirane« storitve. Nekateri od njih vsebujejo tudi oglaševanje. Pri izbiri, katera vsebina se bo pojavljala v njihovih storitvah, lahko dajejo PIS-i prednost ponudnikom, ki jih imajo v lasti, ali tistim, ki ponudijo najvišjo ceno. S tega stališča je AOL veliko več kot le ponudnik storitev, saj nadzira dostop in vsebino. Z nakupom podjetja Time Warner je AOL Time Warner postal največji medijski konglomerat na svetu.

Ponudniki vsebin, telekomunikacijska podjetja in nova internetna podjetja so se povezovali tudi s pomočjo neposrednega lastništva, strateškimi zaveznitvi in licenciranjem. Sony je na primer sklenil mehko zaveznitvo z mnogimi strateškimi partnerji. Maja 2000 sta Sony Music Entertainment in Universal Music Group objavila, da bosta skupaj razvijala na naročnini temelječo storitev (Sony Music Entertainment And Universal Music Group To Create Joint Venture To Develop Subscription Based Service, 2000). Julija 2001 sta Sony in AOL Time Warner uveljavila nov standard za zaščito filmskih avtorskih pravic (Williamson, 2001, str. 11). Digitalna konvergenca je dala močan zalet še večji koncentraciji lastništva nad mediji, saj podjetja iščejo čim boljši položaj v novi multimediji pokrajini, hkrati pa želijo še utrditi svoj prijem nad obstoječimi dejavnostmi. V dobi konvergenca in koncentracije lahko torej pričakujemo eksplozijo mnogovrstnosti in zmanjšanje raznovrstnosti.

## 2. Struktura in prakse glasbene industrije

Vse od leta 1877, ko je Thomas Edison razvil fonograf kot pisarniški stroj, pa do danes se je glasbena industrija razvila v posel, vreden milijarde ameriških dolarjev. Njeno območje

delovanja pokriva številne institucije in pripadajoče trge: glasbene založbe, glasbeni tisk, strojno opremo, avtorske pravice in tantieme ter agencije, ki nadzorujejo njihovo plačilo. Sledeč logiki kapitala, je glasbena industrija doživela visoko stopnjo koncentracije in globalizacije v 20. stoletju. Ta koncentracija je ključnega pomena za vpliv na proizvodnjo in trženje posnete popularne glasbe.

Glasbene založbe so najpomembnejši del glasbene industrije. Zanje so značilne različne oblike korporacijske koncentracije, vključno z vertikalno integracijo, oligopolom in konglomerati (Hsieh, 2002, str. 89). Velike založbe so bile do določene mere vedno vertikalno integrirane. Vertikalna integracija združenim podjetjem prinaša notranje koristi in konkurenčne prednosti.

V vertikalno integrirani založbi je proizvodnja plošče sestavljena iz več stopenj: oddelek za glasbenike in repertoar (Artists & Repertoire – A&R) išče umetnike in je odgovoren za snemanje njihovih idej. Predstavniki oddelka povabijo glasbenike k podpisu pogodbe z obljubo, da jim bodo plačevali tantieme za vsako prodano ploščo v zameno za njihovo obljubo, da bodo snemali le za določeno založbo. Nato bo oddelek pomagal razviti repertoar (seznam pesmi), vpeljal še producenta, ki bo nadziral snemalni proces, in koordiniral proizvodnjo videospota, ki bo spremljal izdajo zvočnega posnetka. Ponavadi producentom pomagajo še studijski glasbeniki in pevci ter tonski mojstri. A&R opravi tudi vse administrativne dolžnosti v povezavi z izvirnim zvočnim posnetkom – mastrom. Ko snemalni proces že poteka, se v proizvodnih tovarnah (ki so običajno v lasti istega podjetja, ki obvladuje založbo) začnejo koordinacijski postopki za izdelavo kopij posnetka, v akcijo pa se požene tudi promocijska veja podjetja. Oglaševalski oddelek načrtuje oglase v različnih medijih, promocijski oddelek poskuša doseči čim večjo izpostavljenost za glasbenike in skupine s pomočjo radijskega in televizijskega predvajanja. Prodajni oddelek pa bo zadolžen za sprejem naročil s strani trgovcev.

### **3.2 Kapitalizem in kultura**

Danes je kultura skoraj v vsakem pogledu podrejena trgu. Dejavnosti, kot so šport, filmi, televizija, glasba, šole, muzeji, knjižnice in izmenjava informacij, kažejo, da sta naša kultura in komunikacija v fazi komodifikacije in so tako podvrženi zakonu prodaje dobrin (Hsieh, 2002, str. 70). V novi konfiguraciji kapitalizma vse – izdelki in storitve, umetnost, politika in človeško življenje – postane dobrina, medtem ko je izmenjava dobrin osnovna oblika odnosov v potrošniški družbi.

Komodifikacija je sociološki koncept, ki se nanaša na proces, kjer je izdelek ustvarjen kot dobrina za trg (Shuker, 1998, str. 55). Dejansko gre za proces transformacije uporabne vrednosti v menjalno vrednost. Kapitalisti izrabijo trg tako, da iz določenega dela ustvarijo dobrino in jo prodajajo s pomočjo intenzivnega oglaševanja ter skušajo zadržati najvišjo presežno vrednost neposredno s pomočjo sistema dobrin in menjave.

Frankfurtski teoretiki, kot so Adorno, Horkheimer in Marcuse, so razvili revolucionarno filozofsko različico zahodnjaškega marksizma. Kritizirali so množično kulturo in množične medije, kot so film, radio, fonografski zapisi ter revije, navajajoč, da v proizvodnem kapitalističnem sistemu kultura postane le še en objekt, ločen od kritične misli in vsakršnih opozicijskih političnih možnosti (Shuker, 1998, str. 136). Adorno in Horkheimer sta izbrala izraz »kulturalna industrija« kot nadomestek za »množično kulturo«, da bi lažje opisala vlogo kulture pod kapitalizmom. Z uvedbo »kulturalne industrije« sta poudarila industrializacijo kulture in podobnosti med množično proizvajanimi izdelki za porabnike in proizvodnjo v zabavni industriji.

Adorno je bil zelo kritičen do komodifikacije množične kulture. V primerjavi z globoko kulturo je množično kulturo lažje dekonceptualizirati in komodificirati, medtem ko logika trga narekuje njeno proizvodnjo. Posledično množična kultura ni nekaj, kar izhaja iz samih množic, temveč je množicam vsiljena po nareku trga. To stališče je omogočilo poglobljeno obravnavo dveh različnih pogledov na zaščito intelektualnih del z avtorskimi pravicami:

#### 1. Svobodna kultura in permisivna kultura

Sredi devetdesetih let je Alex Alben ustvaril nov hollywoodski žanr; retrospektivo igralčeve kariere na DVD plošči, ki temelji na sodobnih intervjujih z igralcem in jo podpirajo posnetki vsakega filma iz njegove kariere. Albenov prvi projekt je bil Clint Eastwood, ki je v svoji karieri kot igralec in režiser posnel več kot 50 filmov. DVD je bil zelo uspešen, a vse ni šlo kot po maslu. Ko je zbiral posnetke, je moral Alben zaprositi za dovoljenje vsakega soigralca in kaskaderja, najti je moral lastnika avtorskih pravic za filmsko glasbo ter lastnike scenarijev in se z vsemi pogajati za honorar. Pridobivanje dovoljenj je zahtevalo celoleten trud ekipe štirih strokovnjakov.

Ta izkušnja dobro ponazarja paradoks, ki ga v knjigi *Free culture* opisuje Lawrence Lessig. Nova tehnologija namreč omogoča ustvarjanje še nikoli videnih projektov – od novih arhivov do novih oblik političnega komentarja. A zakoni ovirajo to ustvarjanje. Po veljavnih zakonih o intelektualni lastnini ima skoraj vse v kulturi lastnika. Kdor želi uporabiti zaščiteno delo, mora najti lastnika in ga prositi za dovoljenje. In kdor si ne more privoščiti štirih strokovnjakov za eno leto, bo najverjetneje svoj projekt opustil.

Strošek pridobivanja dovoljenj uničuje obe o »svobodni kulturi«, kakor jo imenuje Lessig; to je kultura, kjer ima lahko vsak dostop do informacij, pa najsi jih želi arhivirati, deliti, kritizirati in spremeniti ali preoblikovati. Na drugi strani grozi »permisivna kultura«, kjer je kultura v lasti peščice podjetij, ki jo nadzorujejo, da bi preprečili kritike in inovacije, ki bi morda uničile njihove trge, ali neodvisne projekte, ki jih pač ne zanimajo (Purdy, 2004, str. 54). Svobodna kultura torej spodbuja kulturno in politično svobodo. Permisivna kultura duši obe.

Še dvajset ali petnajst let nazaj je bila naša družba usmerjena v svobodno kulturo: ustvarjalci so bili za omejeno obdobje lastniki svojih del, a so si drugi lahko svobodno sposojali delčke njihovih stvaritev za svoje lastne, po zaključku obdobja pa je vse prešlo v javno last. Lessig trdi, da sedaj permisivna kultura zmaguje in da bosta na koncu največja poraženca ustvarjalnost in nenazadnje celo demokracija. Potencial digitalnih informacij ne leži le v novih poslovnih možnostih. Zaradi močno olajšanega dostopa do pesmi, govorov, filmov in skoraj vsega drugega si lahko človek privošči vse od plehkkih (a prijetnih) projektov, kot je kompilacija najljubših ljubezenskih pesmi iz srednješolskega obdobja, ki je posneta čez prizore filmov iz osemdesetih let, do angažiranih projektov, kot je kolaž audio- in videoposnetkov, ki sledijo ključnim trenutkom 11. septembra in prvemu letu okupacije Iraka. Arhivarjem bi lahko poceni kopiranje in shranjevanje koristilo za ponovno gradnjo aleksandrijske knjižnice, s čimer bi prvič v zgodovini ustvarili popolno, javno dostopno podatkovno bazo vsake knjige, pesmi, pamfleta, revije, televizijskega programa ali filma, ki so bili kadarkoli izdani.

Zaščita intelektualne lastnine, kot je opredeljena v ameriški ustavi, je nadomestilo avtorjem, da bi pisali ali snemali glasbo in filme. To nadomestilo je v obliki izključnega lastništva nad njihovimi deli za neko omejeno obdobje. Lessig močno podpira to tradicionalno funkcijo; avtorji, skladatelji in producenti si zaslužijo, da so njihova dela zaščiteni pred piratstvom, da bi jih torej v najhujšem primeru nekdo, ki ni imel ničesar pri ustvarjanju, v celoti prekopiral in prodal v lastnem imenu in za svoj račun. A Lessig zagovarja tudi dve izjemi, ki sta zakoreninjeni globoko v tradiciji avtorskih pravic; določena »sposojanja« del drugih, na primer stanca iz pesmi ali izsek iz filma ni piratstvo, če sta uporabljena v kontekstu lastnega eseja ali kolaža (Purdy, 2004, str. 54). Tu gre prej za novo ustvarjalno delo, ki bi moralo biti prav tako zaščiteni in ne zadušeno v imenu zaščite pravic prvega avtorja. Zakonska doktrina, imenovana poštena uporaba, že tradicionalno dovoljuje in ščiti taka sposojanja, a njeno uveljavljanje zahteva odvetnike in pravne stroške in tako inovatorji od nje nimajo kaj dosti.

Kadarkoli so nove tehnologije spremenile praktičen pomen avtorskih pravic, je zakon določil novo razmerje, s katerim je zagotovil, da zahtevano dovoljenje ne postane predrago ali preveč vsiljivo. A ameriška sodišča in kongres so si v primeru nove digitalne tehnologije privoščili zelo strogo interpretacijo zaščite avtorskih pravic. Glasbena industrija, ki je dosegla ukinitvev Napsterja, je hkrati onemogočila tudi povsem zakonito izmenjavo z avtorskimi pravicami nezaščitenih glasbenih datotek, razen v primeru, ko bi lastniki zagotovili, da ne bo nikoli uporabljena za kršitev avtorskih pravic. To pa je seveda nemogoča zahteva, saj bi v tem primeru lahko kar prepovedali snemalnike za videokasete in audiokasete ter kopirne stroje.

Druga izjema, ki jo Lessig navaja v svojih knjigi, je prav tako močno prisotna v pravni in kulturni tradiciji; vse, kar so ustvarili Shakespeare, Mark Twain ali Beethoven, je postalo splošna lastnina celotne kulture, zato bi morala tudi vsa danes ustvarjena dela po določenem obdobju postati javna lastnina. Leta 1870 je ameriška zaščita avtorskih pravic trajala 14 let, avtor pa jo je lahko podaljšal za nadaljnjih 14 let po izteku prvega obdobja. Skupno gre torej

za 28 let. V prvem delu prejšnjega stoletja se je dolžina podvojila na 28 let z možnostjo podaljšanja za nadaljnjih 28 let (Purdy, 2004, str. 54). Lobiranje medijskih podjetij je močno spremenilo obstoječi sistem. V zadnjih treh desetletjih je ameriški kongres izdatno podaljšal obdobje zaščite in odpravil zahtevo, da nosilec pravic najprej vloži zahtevek in tako podaljša zaščito še pred zapadlostjo. (Ker mnoga zaščiteni dela izgubijo ekonomsko vrednost po nekaj letih, zahteva po obnovi pospeši njihovo pot v javno last). Ti zakoni imajo retroaktivno lastnost in se nanašajo na dela, ki so bila ustvarjena že pred leti. Sedaj je delo v lasti korporacije zaščiteni 95 let, kar pomeni, da bo knjiga iz leta 1924 prešla v javno last šele leta 2019. Če nas je zgodovina kaj naučila, bo kongres znova podaljšal trajanje zaščite, še preden nastopi to leto.

Medijska podjetja želijo zaščititi majhno število del – Disneyjeve risanke in junake ali film *V vrtincu* –, ki še vedno prinašajo precejšen zaslužek. Avtomatično podaljševanje zaščite pa pomete pred sabo vse, kar je bilo ustvarjeno že od norih dvajsetih let naprej. Te spremembe so seveda popolno zmagoslavje permisivne kulture. Nič naj ne bi šlo več v javno last in nič v zasebni lasti se ne sme več uporabiti brez dovoljenja.

Lessig je pred ameriškim ustavnim sodiščem sprožil spor, kjer je trdil, da so najnovejša podaljšanja zaščite neustavna, saj ustava dovoljuje zaščito za »omejeno obdobje« in za »spodbujanje napredka«. Sodišče je njegov ugovor zavrnilo, a primer je pritegnil pozornost na predolge krake avtorskih pravic. Sedaj si Lessig prizadeva za vrnitev zahteve po podaljšanju, na podlagi katere bi lastniki morali podaljšati svoje lastništvo ali ga predati javnosti. S tem bi spodbudili nenehen tok vračanja starih del pod okrilje javnosti. Poleg tega zagovarja tudi preprosto in pošteno pridobivanje dovoljenj s pomočjo standardiziranega sistema denarnih povračil, ki bi uporabnikom del prihranil ogromne stroške individualnih pogajanj z lastniki pravic. Ustanovil je tudi neprofitno organizacijo Creative Commons, ki umetnikom nudi pravno podlago za ustvarjanje personalizirane zaščite njihovih del. Z njo ščiti njihove poslovne interese, hkrati pa arhivarjem in drugim ustvarjalcem dovoljuje uporabo avtorjevih del. Prihod nove tehnologije je neizogibno spodbudil tudi spremembo zakonov, zato je v obdobju nastanka digitalne informacijske družbe bitka za nadzor nad kulturo ključnega pomena.

### **3.3 Ustvarjalno uničenje avtorskih pravic**

Da bi lahko dejansko ugotovili, ali je izmenjevanje glasbenih in drugih datotek prek P2P omrežij kršitev avtorskih pravic, se moramo vprašati, ali so digitalna dela sploh upravičena do takšne zaščite. Ekonomija nove digitalne tehnologije namreč spodbija domneve o režimu zasebne lastnine nad informacijo – javno dobrino. Kot sem že omenil, po tradicionalni zasnovi avtorske pravice uravnavajo dva interesa: ustvarjanje in javno uporabo. Ob natančnejšem pregledu trenutnega stanja opazimo, da je obstoj avtorskih pravic upravičen zaradi zaščite distributerjev vsebin – v digitalnem svetu, kjer ni več potrebe po posrednikih. Avtorske pravice niso več potrebne za spodbujanje distribucije, saj porabniki sami zgradijo in

vzdržujejo distribucijske poti za digitalne vsebine. Nanašajoč se na glasbeno področje, lahko ugotovimo, da ekskluzivne pravice nad reprodukcijo in distribucijo prinašajo majhno ali celo nično spodbudo za ustvarjanje. Poleg tega postaja jasno, da digitalna tehnologija lahko brez pretiranega ali monopolističnega nadzora ustvarjalcem zagotovi ustrezna nadomestila.

Kombinacija interneta in digitalne tehnologije postavlja zakone o avtorskih pravicah pred t. i. »digitalno dilemo« (Ku, 2002, str. 2). Na eni strani digitalna tehnologija omogoča izdelavo neomejenega števila popolnih kopij glasbe, knjig ali slike v digitalni obliki. S pomočjo interneta lahko posamezniki prenašajo ta digitalna dela med sabo s svetlobno hitrostjo. Kot dokazujejo P2P omrežja lahko s to kombinacijo porabniki izmenjujejo glasbo, ne da bi plačevali zanjo. S tem so lastniki pravic prikrajšani za prihodek, ki bi ga dobili, če bi porabnik kupil ta dela v otipljivi obliki. Na drugi strani lahko v povezavi s pravnimi sankcijami digitalna tehnologija nadzira vsebino, pretok in druge značilnosti digitalne informacije na nepredstavljive načine. S pomočjo enkripcije ali digitalnih vodnih žigov lahko distributerji digitalnih del ne le ohranijo obstoječe trge, temveč ustvarijo vrsto novih. Digitalna tehnologija ima torej potencial, da zruši nežno ravnotežje med javnim dobrim in zasebnimi interesi, ki izhaja iz evolucije ameriških zakonov o intelektualni lastnini v zadnjih dvesto letih.

Gre za ravnotežje sil v informacijski dobi. Z ene strani ponudniki vsebin, kot so umetniki, zabavna industrija in t. i. »optimisti« trdijo, da bi se morale avtorske pravice razširiti in prilagoditi na način, da bi lastniki nadzirali vso distribucijo in uporabo digitalne informacije. Avtorske pravice bi se morale razširiti v vsak kotiček, kjer porabniki ustvarjajo neko vrednost iz zaščitene literarnih in umetniških del. Naslednja logična postaja na poti razvoja avtorskih pravic je tako na primer izgradnja univerzalnega džuboksa, v katerem bi imeli posamezniki dostop do še nikoli ustvarjene knjižnice glasbe, literature in videa – seveda vse na plačljivi bazi. Po njihovem mnenju je zastojkarsko izmenjavanje glasbe nič manj kot kraja.

Kritiki ta pričakovanja spodbijajo z argumenti, da bi morale avtorske pravice upoštevati doktrino poštene uporabe za posebej določene vrste uporab digitalnih informacij. Zanašajo se torej na temeljni oziroma prevladujoči javni interes; tako je svoboda govora tista, ki mora omejiti širjenje avtorskih pravic. Nekateri trdijo, da prvi amandma ameriške ustave zagovarja pravico, da človek bere anonimno, spet drugi menijo, da so izjeme v avtorskih pravicah potrebne za produktivno uporabo informacij, na primer za študij ali znanstvene raziskave. Osnovno vprašanje v tej debati je, ali imajo določene uporabe zaščitene informacije zadostno družbeno vrednost, da bi razmišljali o uvedbi nove izjeme ali ohranili že obstoječe izjeme v zakonih o avtorskih pravicah v digitalnem svetu.

Čeprav so vse te kritike pomembne, pa se dotikajo le sekundarnih težav, ki jih izpostavlja digitalna dilema. Izgublja se namreč tisto osnovno, prvinsko vprašanje: ali si digitalna dela sploh zaslužijo zaščito z avtorski pravicami? Če se vprašamo, ali bi morala biti določena uporaba izvzeta iz avtorski pravic, že domnevamo, da so digitalna dela upravičena do te

zaščite. Običajno je bil odgovor na vprašanje, ali so avtorske pravice potrebne za spodbujanje ustvarjanja intelektualnih del in javno uporabo le-teh, dokaj neposreden. Avtorske pravice so bile potrebne za finančno spodbudo tako pri ustvarjanju in distribuciji. Pred internetom so bile pravice avtorjev, založnikov in javnosti na splošno poravnane zaradi enega dejstva – oskrba javnosti s temi deli je bila draga. Ne glede na to, ali ustvarjalci potrebujejo finančno spodbudo za svoje delo, so jo distributerji vsebin nujno potrebovali, da bi lahko upravičili investicije v distribucijo teh del javnosti. Le kdo bi investiral denar, ki je potreben za izdelavo milijonov plošč znanega glasbenika ali kupil tiskarski papir, stroje in črnilo, da bi izdal nov roman, če ne bi obstajala možnost, da bo začetno investicijo dobil povrnjeno in nato še malce zaslužil? Zaradi visokih stroškov kopiranja in distribucije so bili interesi avtorjev in distributerjev ponavadi povezani v isti klopčič. Medtem ko se lahko breztelesne ideje širijo zastonj, je treba za plošče in knjige odšteti neko ceno. Kaj pa se zgodi v svetu, v katerem so stroški duplikacije in distribucije glasbe in drugih stvaritev uma enaki nič? Kaj se torej zgodi z avtorskimi pravicami, če predpostavko, da sta internet in digitalna tehnologija v resnici revolucionarna, vzamemo zares?

Digitalni svet in ekonomija digitalne tehnologije v ta namen zahtevata razvezanje klopčiča javnega interesa do ustvarjanja in distribucije digitalnih del. Ko je razvezan, predpostavka, da so digitalna dela upravičena do zaščite z avtorskimi pravicami, ne zdrži več (Ku, 2002, str. 5). Tisti, ki kritizirajo P2P omrežja za izmenjavo datotek, se bojijo interneta, ker ima potencial, da »virusno« distribuirata digitalno informacijo. Tako je danes mogoče, da se ena kopija digitalnega dela reproducira in dostavi neomejenemu številu porabnikov. Ko enkrat ločimo ustvarjanje in distribucijo, postane jasno, da virusna narava digitalne informacije predstavlja razvoj, ki bi ga morali sprejeti, še posebej ker tehnologija omogoča virusno distribucijo brez dodatnih stroškov za ustvarjalca. Stroške uporabe digitalne informacije nosijo porabniki z nakupom računalnika, programske opreme in internetne povezave. Tako internet in digitalna tehnologija izničita eno izmed osnovnih težav, ki jih povzroča oznaka informacije za javno dobro – nezmožnost javnosti, da »ponotranji« oz. nosi stroške distribucije intelektualnih del, zaradi česar je iskala pomoč pri zasebnem kapitalu. Avtorske pravice zato niso več potrebne za stvaritev umetnih lastniških pravic nad digitalnimi deli, s katerimi bi se izkoreninilo zastonjkarstvo.

Ekonomija digitalne tehnologije prav tako namiguje, da so ekskluzivne pravice, ki izhajajo iz avtorskih pravic, nekonsistentne z interesom družbe po spodbujanju ustvarjanja nove glasbe in dajanju te glasbe na razpolago javnosti. Če spodbude za ustvarjanje preučimo ločeno do spodbud za distribucijo, ugotovimo, da zahteva po omejitvi zasebnega in nekomercialnega kopiranja glasbe ne more biti upravičena le na podlagi argumenta, da prinašajo finančne spodbude, ki jih glasbeniki dobivajo za ustvarjanje glasbe, saj je vloga, ki jo igrajo avtorske pravice pri teh spodbudah, minimalna. Zaradi obstoja alternativnih metod financiranja glasbenikov, med katere spada tudi uradno obdavčenje, omejitev javnega dostopa do glasbe ne more biti upravičena kot potrebna ali zelena metoda za spodbujanje ustvarjanja glasbe.



Upoštevajoč te okoliščine v primeru izmenjavanja datotek, ki ga omogočata digitalna tehnologija in internetne storitve, kot so Grokster, Soulseek ali KaZaa, ne gre za krajo. Dejansko gre za primer, ki ga je Joseph Schumpeter poimenoval »ustvarjalno uničenje« (Ku, 2002, str. 5). V slovitim delu Kapitalizem, socializem in demokracija je zagovarjal tezo, da najpomembnejša vrsta konkurence – preprečevanje, da bi kapitalistični trgi postali monopolistični – ni konkurenca v navadnem pomenu besede, saj zagovarja drugačno logiko kot tiste, ki se sklicujejo na ceno, kvaliteto itn. Po njegovih besedah je osnovni impulz, ki poganja in ohranja kapitalistični stroj v gibanju, proces ustvarjalnega uničenja, ki nenehno revolucionizira ekonomsko strukturo tako, da nenehno uničuje staro in nenehno ustvarja novo. To je oblika konkurence, ki ne cilja na mejne stopnje dobička in proizvodnje obstoječih podjetij, temveč na njihove temelje in njihova življenja. V našem primeru ustvarjalnega uničenja digitalna tehnologija in internet treseta temelje avtorskih pravic in industrije, ki je zgrajena okoli njih, tako da uničujeta potrebo po podjetjih, ki služijo svoj kruh z distribucijo del, zaščitenih z avtorskimi pravicami, in zavračata ekskluzivne lastniške pravice kot spodbudo, da bi ljudje ustvarjali.

Digitalna tehnologija ima torej moč, da glasbo oziroma digitalno informacijo ali osvobodi ali spravi za rešetke. Ena izmed večjih debat 21. stoletja se bo spraševala, katero smer bomo izbrali. A v tej debati se kopja ne bodo lomila na tehnologiji. Le-ta sicer oblikuje strukturo bitke, ne pa tudi njenega izzida. Zakoni in politika določijo zmagovalca.

V ameriški ustavi je zapisano, da avtorske pravice ne ščitijo naravne pravice avtorja do njegovega dela, čeprav nanje vpliva dejstvo, da je vsebina nastala kot rezultat avtorjevega dela. Zakoni o avtorskih pravicah predstavljajo kupčijo med javnostjo in avtorjem, kjer javnost avtorju nudi določene ekskluzivne pravice v zameno za dostop do njegove stvaritve. Ta dostop obstaja v dveh oblikah: dostop do dela med obdobjem trajanja ekskluzivnih pravic pod pogoji, ki jih običajno določa avtor ali njegovi pooblaščenici, ter neomejen dostop, ko ekskluzivne pravice potečejo (Ku, 2002, str. 11). Ta kupčija velja za potrebno, če ne že za nujno, saj avtorska dela nosijo v sebi nekatere značilnosti »javne dobrine«. Le-te ponavadi prepoznamo po dveh značilnostih: ko so enkrat proizvedene, so dejansko neusahljive. To pomeni, da lahko javno dobrino uporabljajo ali izkoriščajo dodatni uporabniki brez stroškov. Poleg tega je skoraj nemogoče preprečiti, da bi to dobrino uporabljali ali v njej uživali. Na prvi pogled se zdita ti značilnosti pozitivni. A hkrati sta tudi vzrok za skrb, če v enačbo vnesemo zastojkarstvo. Neekskluzivne značilnosti javne dobrine povečujejo možnosti, da bodo nekateri uživali v koristih dobrine, ne da bi povrnili stroške proizvodnje. Če je financiranje javne dobrine prepuščeno zasebnim trgom, lahko zastojkarstvo pripelje do izgub in posledično do nezadostne proizvodnje dobrine. Z drugimi besedami, če se dovolj ljudi odloči, da bodo uživali v koristih svetilnika, ne da bi plačali za stroške njegovega obratovanja, kmalu ne bo več svetilnika.

Čeprav lahko zgoraj navedeno trditev brez težav prevedemo na ideje, glasbo ali poezijo, le-ta ne zdrži povsem, ko gre za CD plošče, knjige ali kipe. Medtem ko so ideje neekskluzivne,

lahko vsakdo poskrbi, da nihče ne bere njegovih knjig ali posluša njegovih CD plošč. V tem pogledu so CD plošče zasebna dobrina. Ne glede na to so zakoni po tradiciji poleg pesmi šteli tudi CD ploščo. Ta zaščita je upravičljiva zaradi očitnih koristi, ki jih ima javnost, ko je avtorsko delo utelešeno v otipljiv medij, in potrebe, da zaščiti vsakršno kopiranje, ki ogroža objavo in distribucijo dela. Medtem ko se pesem ali zgodba lahko prenašata od ust do ust, otipljivi mediji omogočajo distribucijo teh del širši množici, hkrati pa se učinkoviteje zadrži avtorjev izviren izraz. A ko je delo enkrat razdeljeno med ljudi, se lahko tisti, ki bi ga kopirali nepooblaščen, lotijo distribucije na lastno pest, ne da bi za to plačevali dodatne stroške, in brez tveganja, ki ga nosi prvotni izdajatelj.

Če konkurenca med zakonitimi in nezakonitimi producenti zbije ceno do mejnih stroškov izvirnega izdajatelja, je spodbuda za prvotno izdajo in distribucijo dela ogrožena. Če izdajatelji nimajo spodbude, da bi izdajali nova dela, sta dostop javnosti ali zmožnost uživanja teh del znatno zmanjšana. Ker sta po tej definiciji CD plošča ali knjiga zasebna dobrina, kopiranje ogroža trge teh dobrin.

Avtorske pravice torej niso oblikovane izključno za zaščito avtorja, temveč varujejo tudi finančne spodbude za založnika ali izdajatelja. Pridobijo jih tako, da avtor ustvari pravno izterljive pravice nad svojimi deli, ki so podobne lastniškim pravicam otipljive lastnine (Ku, 2002, str. 12). Z njimi lahko nadzira proizvodnjo, distribucijo in druge uporabe teh del. Avtor preda ali odobri te pravice izdajatelju, da bi zaščitel tudi njegove interese. Zakoni torej vzdržujejo zasebni trg za avtorska dela, tako da jih umetno spremenijo v redke ali ekskluzivne dobrine.

Na tej stopnji debate pristaši stroge aplikacije trdijo, da avtorske pravice spodbujajo ustvarjalno izražanje in svobodo do izražanja na splošno. Zaradi tega bi morali zakone, ki uravnavajo in uveljavljajo te pravice, poostri in razširiti, s čimer bi lastniki lahko učinkoviteje izkoriščali vse koristi, ki jim pripadajo iz teh pravic. Tako se zdi, da so avtorske pravice igra z ničelno vsoto, saj po tej logiki ustvarjalnost lahko obstaja le na račun javnega dostopa do ustvarjenih del. Poleg tega naj bi dostop do del brez ustreznega finančnega nadomestila zmanjševal spodbude za prihodnje avtorske stvaritve. Po drugi strani bi bila ob uveljavitvi teh zakonov javnost soočena z omejenim dostopom do dobrin z javnim značajem. Ves ustvarjalni potencial preteklih del bi bil bodočim ustvarjalcem na voljo le proti plačilu. Tako je v nevarnosti kulturni razvoj, ki je stoletja potekal več ali manj nemoteno, ko so izumitelji, skladatelji, pisatelji in drugi avtorji preučevali, prepisovali, kopirali in razstavljali dela svojih kolegov, se tako učili in iskali navdih ter nato nadgrajevali obstoječe, iznašli, kar je bilo še maloprej neznano, in postavili nove smernice, trende, sloge, ki so oblikovali življenje in razvoj številnih generacij. Tako bi bila ustvarjalna platforma prerešetana s cenami, dodano vrednostjo, likvidnostjo, prevzemi in borznimi indeksi, trende pa bi postavljala bik in medved. Gre torej za svojevrsten paradoks. Ali obstaja izhod iz tega labirinta?

V Združenih državah Amerike so avtorske pravice upravičene le do te mere, dokler služijo kot spodbuda za ustvarjanje in distribucijo vsebin (Ku, 2002, str. 22). Kot sem omenil, zaščita glasbe, literarnih del in drugih vsebin ne temelji na moralnih ali naravnih pravicah avtorja. Avtorske pravice skrbijo, da delo ne bo proizvedeno v premajhnih količinah zaradi značilnosti javne dobrine, ki jo intelektualna lastnina nosi v sebi. Umetna redkost, ki izhaja iz avtorskih pravic, je upravičena do te mere, dokler finančne spodbude zagotavljajo, da so dela na voljo javnosti. Če torej obstajajo druge finančne spodbude ali tržni pogoji, ki so avtorju dovolj, da ustvarja, in mu hkrati omogočajo, da svoja dela v zadostni meri ponudi javnosti, zaščita avtorskih pravic, kakor jo poznamo danes, ni več potrebna.

Takšna je moč digitalne tehnologije in interneta, zaradi katere si distributerji pulijo lase. A zakaj zares ni več potrebe po finančnih spodbudah za distribucijo informacij javnosti? Internet izniči potrebo po teh spodbudah, saj izniči problem zastojkarstva. Pri distribuciji po internetu javnost prevzame nase stroške njenega delovanja. Kot sem že omenil, so avtorji dosegali z avtorskimi pravicami podoben učinek tako, da so distributerjem ponudili ekskluzivne pravice, da reproducirajo in distribuirajo vsebine, kar jim je v zameno omogočilo, da stroške distribucije prek prodaje prenesejo na javnost.

V digitalnem svetu ni zastojkarstva, ker javnost prevzame nase stroške kopiranja in distribucije, tako da nakupi komponente, ki so potrebne za povezavo z internetom (računalnik, dostop do interneta, mediji za shranjevanje in seveda elektrika). Isti proizvodi in storitve, ki porabnikom omogočajo, da dostopajo do interneta in elektronske pošte, so potrebni za kopiranje in distribucijo digitalnih vsebin eni osebi ali milijonom. Poleg tega so relativno poceni. Z nakupom teh proizvodov in storitev porabniki kupijo komponente, ki proizvajajo kopije in oblikujejo transportne poti za distribucijo digitalnih vsebin. Z gledišča teorije intelektualne lastnine je to revolucionarno, saj se lahko sedaj vsebine dostavijo porabnikom, ne da bi morali v ta namen vložiti goro denarja v distribucijo.

Napster je primer internetne zmogljivosti pri distribuciji vsebin, kjer ni potrebe po avtorskih pravicah. Ko porabnik postavi digitalno vsebino na razpolago na P2P platformo, jo lahko uporabi na milijone ljudi. Podobno lahko glasbena skupina ustvari digitalni glasbeni zapis svoje pesmi in jo ponudi ljudem tako, da si jo prenesejo na domače računalnike prek interneta. Skupina lahko na tak način dostavi na milijone izvodov svoje pesmi porabnikom brez vidnejših stroškov. Sodišče je že v Napsterjevem primeru ugotovilo, da je potencialni domet te tehnologije naravnost osupljiv. Če lahko izkušnjo z digitalno glasbo vzamemo kot primer, avtorske pravice na področju distribucije niso več potrebne.

Tako nam preostane vprašanje, ali so potrebne kot spodbuda za ustvarjanje. Ko razvežemo sveženj spodbud za ustvarjanje in distribucijo glasbe, razbijemo mit, v katerem avtorske pravice igrajo pomembno vlogo kot navdih za ustvarjanje glasbe. Da ustvarjalci avtorskim pravicam ne naklanjajo prevelike pomembnosti, dokazuje dejstvo, da kljub zaščiti ogromna večina glasbenikov ne zasluži prav nič od tantiemov, ki izhajajo iz prodaje plošč. Ne le da so

prihodka v taki obliki deležni le redki, ampak so glasbeniki običajno še zadolženi za stroške proizvodnje, trženja in distribucije njihove glasbe, ki jih glasbena industrija redno zaračunava svojim varovancem (Ku, 2002, str. 30). Tudi v sedanjem digitalnem svetu, kjer stroškov digitalne distribucije skoraj ni, nekatere založbe zahtevajo, da jim glasbeniki predajo še večji kos svojih tantiemov za stroške kodiranja pesmi v digitalni format, enkripcijo in digitalno dobavo. Kot je razvidno iz nekega poročila, mora glasbenik v ZDA običajno prodati milijon izvodov, preden prejme kakršne koli tantieme, saj glasbena založba od njihovega zneska odbije stroške proizvodnje, trženja, promocije itn. Na drugi strani isti milijon izvodov založbi prinese približno 11 milijonov dolarjev bruto prihodkov in okoli 4 milijone čistega dobička. Večina glasbenikov služi z nastopanjem in ne s prihodki od avtorskih pravic.

Roger McGuinn, skladatelj in glasbenik, ki je nekoč igral v skupini The Byrds, je pred ameriškim senatom pričal o svojih 30-letnih izkušnjah. Kot glasbenik, ki je izdal več kot 25 albumov v karieri, zgolj na osnovi prihodkov iz avtorskih pravic nikakor ne bi mogel preživljati svoje družine. Za več kot 15 albumov, ki jih izdal z The Byrds, je prejel skromen predujem od založbe Columbia Records. Celo Top 40 uspešnica, ki jo je dosegel med svojo samostojno kariero, ni prinesla nobenih prihodkov od prodaje albuma. Le-ti so izostali tudi pozneje, ko je leta 1989 pri založbi Arista in leta 1996 pri Hollywood Records prodal 500.000 izvodov albuma. Svoj vsakdanji kruh si McGuinn služi s koncerti, prodani albumi ustvarjajo le publiciteto, zaradi katere ima na nastopih svoje občinstvo.

McGuinn je eden redkih srečnežev, ki se lahko preživlja kot glasbenik. Povprečna naklada albumov je pod 25.000 plošč, le redki dosežejo Top 40 uspešnico ali prodajo pol milijona izvodov. Upoštevajoč podatke Ameriškega združenja glasbene industrije, je med leti 1992 in 1999 milijon ali več prodanih izvodov dosegel manj kot 1 odstotek vseh izdaj. Medtem ko maloštevilna elita služi od prodaje plošč, velika večina glasbenikov ne. Zato ni presenetljivo, da je glasbeniška srenja razdeljena, ko pride do vprašanja o zasebni izmenjavi digitalnih vsebin. Upoštevajoč trenutno stanje, bi lahko trdili, da ima nekomercialna distribucija glasbe malo ali nič vpliva na spodbujanje ustvarjanja glasbe.

Če posamezniki potrebujejo finančno spodbudo za ustvarjanje, kot domneva ekonomska teorija avtorskih pravic, se moramo vprašati, kje posamezniki dobijo to spodbudo, če ne iz teh pravic? Zelo malo verjetno je, da glasbeniki sploh razmišljajo v okvirih avtorskih pravic. Ko v primeru uspešnega ustvarjanja avtor pomisli na finančno nagrado, razmišlja o finančnih nagradah na splošno, le-te pa obstajajo tudi brez ekskluzivnih pravic do reprodukcije in distribucije. Glasbeniki lahko in tudi zaslužijo veliko več še na druge načine.

Za večino glasbenikov, kot je McGuinn, so živi nastopi osnovni vir dohodka. Kot pravi John Perry, pisec glasbene skupine Grateful Dead ter opazovalec in komentator digitalne družbe, imajo živi nastopi, ki jih dejansko lahko izvede le dotična glasbena skupina, znatno tržno vrednost. Ta dejavnost je lahko izredno dobičkonosna. Marca 2001 so Backstreet Boys zaslužili 1.952.674 ameriških dolarjev iz prodaje vstopnic za dva nastopa v Los Angelesu, kolegi Matchbox 20 so prislužili 552.257 dolarjev za en večer v New Yorku. Elton John je

leta 2000 prodal za 772.636 dolarjev vstopnic za en nastop. Koncerti so v Severni Ameriki v letu 2000 prislužili okroglo milijardo dolarjev (Ku, 2002, str. 30). Za glasbenike je glasba, ki menja roke zastonj, komplementarna dobrina, ki zvišuje prodajo vstopnic. Grateful Dead svojim oboževalcem že vse od zgodnjih sedemdesetih let dovolijo, da si posnamejo njihove koncerte. Namesto da bi to zmanjšalo povpraševanje po proizvodu, torej njihovih koncertih, so danes ena najbolj priljubljenih koncertnih skupin v ZDA. To priljubljenost lahko v veliki meri pripišemo prav domačim posnetkom njihovih oboževalcev. Zato nekateri glasbeniki vidijo v P2P omrežjih in izmenjavi datotek nov, revolucionaren način za predstavitev njihove glasbe novim oboževalcem, torej kot promocijo za prodajo vstopnic na koncertih.

Ukinitev ekskluzivnih pravic do digitalne reprodukcije in distribucije glasbe ne pomeni, da bi morali ukiniti tudi druge pravice, ki jih uživajo glasbeniki. Le-ti bi morali obdržati pravice do licenciranja iz njihove glasbe izhajajočih del in blagovnih znamk ter pravice za posojanje svoje glasbe, imena ali podobe za izdelke in storitve. Posledično bi lahko uspešni glasbeniki še vedno spodobno služili s prodajo licenc in sekundarnih proizvodov, kot so danes lutke Harryja Potterja, svetlobni meči iz Vojne zvezd ali koncertne majice. Še vedno bi služili na račun sponzorstev, oglaševanja in javnih nastopov. Poleg tega bi morali biti deležni povračil za komercialno uporabo njihove glasbe – vključno s predvajanjem. Če javnost že ima pravico, da kopira glasbo in ostala dela za osebno rabo, ne pomeni, da jo lahko nekateri izkoriščajo zastonj in z njo ustvarjajo dobiček. Kot je že na filmskem področju dokazal George Lucas, so lahko ti sekundarni trgi bolj donosni kot pravica do reprodukcije in distribucije dejanske vsebine.

Internet ponuja še nekaj novih virov dohodka poleg tradicionalnih. Nedavno je pisatelj Stephen King eksperimentiral s t. i. samozaložniškim modelom odkupnine. Zahteval je, da posamezniki, ki si bodo na računalnik prenesli nadaljevanja njegove najnovejše knjige, plačajo 1 ameriški dolar za posamezno nadaljevanje (vsako nadaljnjo nadaljevanje je prodajal po 2 dolarja), a plačila ni zahteval vnaprej. Namesto tega je objavil, da če ne bo naknadno (torej potem, ko bralec prebere pridobljeno poglavje) prejel denarja za vsaj 75 odstotkov prenosov, zgodbe ne bo dokončal. Nazadnje je knjigo končal in že načrtuje novo, hkrati pa je zaslužil čez 400.000 ameriških dolarjev (Ku, 2002, str. 31). Tako bi lahko tudi glasbeniki dražili javnost z zastonj pokušinami in zadrževali izdajo albuma ter zavračali izdajo novih del ali začetek turneje, dokler ne bi dobili zadostne vsote denarja. Gladko tekoče okolje interneta bi glasbenikom olajšalo, da stopijo v stik s svojim občinstvom in izrazijo svoje prošnje ali grožnje, kot je to uspelo Kingu. Bližnji sorodnik modela odkupnine je model napitnine. Espra in Snarfizilla sta P2P omrežji podobni Gnutelli ali Freenetu, a pri njima imajo porabniki priložnost, da ob prenosu določene pesmi plačajo »napitnino« oz. neko vsoto glasbeniku, ki je to pesem posnel.

Zgoraj navedeno dokazuje, da trenutno avtorske pravice igrajo minimalno vlogo – če sploh kako – pri spodbujanju ustvarjanja glasbe. Velika večina glasbenikov ne služi zaradi prodaje in distribucije glasbe, temveč zaradi slave in publicitete, ki spremljata distribucijo glasbe.

Prodaja vstopnic, sekundarni proizvodi ter komercialna raba njihovega imena, glasbe ali podobe so vse funkcije glasbenikove priljubljenosti. Z omogočanjem distribucije so lahko P2P omrežja in internet uporabno orodje za povečanje glasbenikove sposobnosti, da zasluži na račun slave. To je še posebej blagodejno za nove in alternativne glasbenike, ki z uporabo tradicionalnih medijev ne morejo pritegniti pozornosti. Zaradi nizkih transakcijskih stroškov, ki so povezani z internetom, digitalna tehnologija spodbuja ustvarjalne rešitve, kot sta navedena odkupnina ali napitnine, s katerimi si lahko glasbeniki znatno zvišajo dohodke, ne da bi morali javnosti odreči dostop do svojih del. Čeprav bi nekateri glasbeniki zaslužili od prodaje fizičnih izvodov svojih del več pod obstoječim režimom avtorskih pravic, je dokazov, da avtorji potrebujejo te dohodke, da bi ustvarjali glasbo, milo rečeno bore malo. Če pomislimo, da se zaradi interneta in digitalne tehnologije iz verige izloči potreba po distributerjih in zmanjša njihov prijem nad javnostjo in da se zmanjšajo stroški ustvarjanja in stroški povezovanja glasbenikov z javnostjo, bi bilo mnogim glasbenikom veliko boljše v svetu brez avtorskih pravic.

A v takem svetu bi bilo treba rešiti vrsto problemov; če je nekomercialno kopiranje dovoljeno, kakšne naj bi bile meje za komercialno kopiranje? Kakšna je definicija nepoštene konkurence v digitalni dobi? In kar je najpomembnejše, opraviti moramo z digitalnim razslojevanjem in ločevanjem. Če naj bo internet nov medij za distribucijo vsebin, moramo poskrbeti, da je nanj priključen vsak, ne glede na raso, narodnost, veroizpoved ali družbeno-ekonomski položaj.

## **SKLEP**

Konvergenca tehnologij in koncentracija lastništva v komunikacijah je kapitalizem pripeljala do nove ere – do poskusa prehoda v »plačljivo družbo« (v izvorniku pay-per society. V nadaljevanju bom zanjo uporabljal kratico pay-per). Plačljiva družba temelji na uporabi elektronskih medijev in računalnikov v namen širitve finančnega in družbenega nadzora na račun osnovnih vrednosti, kot sta demokracija in človeška dobrobit. Ameriško gospodarstvo in vlada z uporabo svoje koncentrirane ekonomske in politične moči poglobljata in širita uporabo tehnologije za pridobivanje dobička in moči. Tako so računalniki in elektronski mediji, ki v sebi nosijo potencial za širok spekter aplikacij, večinoma nastavljeni za merjenje in nadzor informacijskih transakcij, hkrati pa informacijske proizvode nenehno preoblačijo v novo embalažo, s čimer nas vedno bolj približujejo pay-per družbi.

Zaradi novih tehnologij je mogoče meriti in nadzirati vse več naše elektronske komunikacije in drugih informacijskih aktivnosti. Digitalna omrežja omogočajo intenzivnejšo akumulacijo kapitala s fragmentiranjem različnih informacijskih storitev v dobrinam podobne pay-per enote. Le-te so lahko personalizirane, kompresirane, zaščitene in hitro dobavljene različnim strankam.

Največja sprememba pri pojavu digitalne pay-per družbe je informacijski izdelek sam. Ti so personalizirani in na voljo pod različnimi cenami, s čimer se lahko izkoristijo različni

porabnikovi impulzi. Personalizacija je posebna oblika diferenciacije izdelkov, s katero se standardni izdelek ali storitev spremenita v specializirano rešitev za posameznika (Hanson, 2000, str. 186). Personalizirano določanje cen zahteva znanje o posameznih strankah. Medijski giganti, kot je AOL Time Warner, nimajo le ogromnih podatkovnih baz o strankah, na voljo imajo lastne splošne podatkovne baze, računalniške programe, glasbene kataloge, kataloge filmov in televizijskih oddaj ter arhive pisnega materiala in podob, ki ustrezajo naročnikovemu profilu. Cenovna diskriminacija je pogosto uporabljeno orodje trženjskih oddelkov velikih medijskih podjetij, s katero razvrščajo stranke z različnimi značilnostmi, kot so demografske značilnosti, zanimanja, nakupovalne navade itn. Ker imajo različne stranke različne značilnosti, se lahko isti izdelek prodaja po različnih cenah, odvisno od koliko so pripravljeni odšteti zanj. Informacijski izdelki tako obstajajo v več različicah in se prodajajo po različnih cenah, kar zavira ustvarjalni potencial, ki ga nosijo v sebi.

Digitalna tehnologija postavlja upravljanju z avtorskimi pravicami dva izziva. Poleg tega, da zmanjšuje stroške, omogoča enostavno, hitro in poceni distribucijo. Čeprav ekskluzivne pravice lastnikov varujejo njihovo lastnino pred nedovoljeno uporabo, mnoge še vedno skrbi, da bo internet postal ogromen, neobvladljiv kopirni stroj, s čimer še posebej grozijo nova P2P omrežja za izmenjavo podatkov. Začasne odredbe o prepovedi nimajo dejanskega učinka pri preprečevanju teh transakcij, ki se lahko izvedejo v minuti. Čeprav si ponudniki vsebin, kot so glasbene založbe in filmski studii, obetajo, da bodo njihovi arhivi na voljo tudi na internetu, želijo biti prej prepričani, da bodo njihove vsebine kompresirane in zaščitene pred kopiranjem. Različne tehnične zaščite so že dane v uporabo, mnoge so še v razvoju. Ključni dejavnik tranzicije interneta v pay-per družbo je povečanje zmogljivosti prenosa. Kabelski ponudniki in telekomi že polagajo optična vlakna bližje gospodinjstvom. Internetna infrastruktura je po novem nastavljena tako, da lahko podpira visoko zmogljive simultane »streame«. Ko bodo širokopasovni distribucijski sistemi dovršeni do te mere, da bodo na voljo množicam, bodo zaživele tudi storitve kot so »plačaj glede na bajt«, »plačaj glede na ogled«, »plačaj glede na prenos« ali »plačaj na uro«.

Internet je ustvaril univerzalni trg. S privatizacijo in komercializacijo interneta je javnost korporacijam predala »informacijsko infrastrukturo«, le-te pa so jo dale na voljo največjim trženjskim in prodajnim plenilcem. Lastništvo korporacij nad internetnimi storitvami in njihovo vsebino je vse bolj koncentrirano. Število združenj in prevzemov v telekomunikacijah je naraslo od 276 v letu 1998 na 569 v letu 1999 in 657 v letu 2000 (Gubbins, 2001, str. 28). Ta trend se počasi približuje stanju, ki ga je napovedal John Malone, direktor podjetja TCI, da bodo dva ali tri podjetja sčasoma obvladovala dobavo telekomunikacijskih storitev po informacijskih super avtocestah v svetovnem merilu (Hsieh, 2002, str. 131). Internet ni običajen trženjski in prodajni mehanizem. Prefinjene trženjske tehnike in poslovni modeli so že bili preizkušeni na njem. Informacijski izdelki so bili skrbno diferencirani. Sistemi za transakcije in zaračunavanje so že zgrajeni. »Širokopasovna družba« bo »kapitalizem brez trenj« pripeljala še korak bližje z nastopom digitalne pay-per družbe. Seveda pa vsi nimajo deleža v digitalnem svetu. Raziskave kažejo, da leta 2000 98 odstotkov

Južnoameričanov, 99,5 odstotkov Afričanov in 98 odstotkov Azijcev ni bilo priključenih na internet. Leta 2001 je Kofi Anan, generalni sekretar Združenih narodov, dejal, da internet uporablja le 5 odstotkov svetovnega prebivalstva. Približno 85 odstotkov vseh uporabnikov in 90 odstotkov vseh strežnikov je iz razvitih držav. Če se bo trend digitalne delitve nadaljeval, bodo revnejši posamezniki in države preprosto izključeni iz »širokopasovne družbe«. Hkrati pa se je treba zavedati, da se delitev in pozabljanje pravic dogaja tudi na dvorišču razvitih držav med zapletenimi povezavami nove digitalne družbe.



## LITERATURA

1. Alcock Lucy et al.: Online Piracy Of Recorded Music. *Journal Of Brand Management*, London, 11(2003), 2, str. 129.
2. Upbeat – Is The Threat Of Online Piracy Receding?. *The Economist*, London, 369(2003), 8348, str. 58-60.
3. Bettig Ronald V.: *Copyrighting Culture: The Political Economy Of Intellectual Property*. Boulder : Westview Press, 1996. 276 str.
4. Bettig Ronald V.: I Want My MP3. *Voices Of Central Pennsylvania*, B.k., 1999, 1, str. 5.
5. Botto Francis: *Dictionary of E-business: A Definitive Guide To Technology And Business Terms*. Chichester : John Wiely & Sons, Ltd, 1999. 334 str.
6. Bridis Ted: Music And Tech Groups Agree On Copyright Plans. *TechWeb*, Manhasset(2003), str. 1.
7. France Mike, Grover Ronald: *Striking Back: How The Music Industry Charted Its Crusade Against Web Pirates*. *Business Week*, New York, 2003, 3851, str. 94.
8. Hsieh Chi-Jen: *From »The MP3 Revolution« To Pay-To-Play: The Political Economy Of Digital Music*. Ann Arbor : Proquest Information And Learning Company, 2002. 230 str.
9. Ku Raymond Shih Ray: *The Creative Destruction Of Copyright: Napster And The New Economics Of Digital Technology*. *The University Of Chicago Law Review*, Chicago, 69(2002), 1, str. 263-325.
10. Pulley Bret: *This Is Music's Worst Nightmare?*. *Forbes*, New York, 172(2003), 8, str. 52.
11. Purdy Jedediah: *Freedom's New Fight*. *The American Prospect*, Princeton, 15(2004), 6, str. 54-56.
12. Rheault Magali: *Online Music: A Penchant for Privacy*. *Kiplinger's Personal Finance*, Washington, 57(2003), 10, str. 24.
13. Robinson S.: *Online Music Companies Outplayes: Record Giants Hold The Licensing Baton*. *Interactive Week*, B.k., 8(2001), 4, str. 27-30.
14. Shuker Roy: *Key Concepts In Popular Music*. New York : Routledge, 1998. 395 str.
15. Spangler T.: *From Revolution To Evolution: P2P Finding A Home In Business Networks*. *Interactive Week*, B.k., 8(2001), 23, str. 23-26.
16. Wade Jared: *The Music's Industry War On Piracy*. *Risk Management*, New York, 51(2004), 2, str. 10.
17. Williamson R.: *Media Giants Get Behind Broadband*. *Interactive*, B.k., 8(2001), 29, str. 11-12.

## **VIRI**

1. Chapman G.: Internet Could Threaten Big Music, Film Companies. [URL: <http://www.nandotimes.com>], 03.04.1999.
2. Christopher J.F.: Music Without Labels. [URL: <http://www.time.com>], 22.02.1999.
3. Cohen A.: A Crisis Of Content. [URL: <http://www.time.com>], 02.10.2000.
4. Gubbins E.: Remains Of The Day. [URL: <http://www.telephonyonline.com>], 12.11.2001.
5. Oakes C.: Barlow: Music Wants To Be Free. [URL: <http://www.salon.com>], 15.07.1999
6. Oakes C.: MP3 Revolution: Rhetoric Or Real?. [URL: <http://www.salon.com>], 25.02.2000.
7. Sony Music Entertainment And Universal Music Group To Create Joint Venture To Develop Subscription Based Service. [URL: [http://www.pressplay.com/pressroom/pr\\_20000502.html](http://www.pressplay.com/pressroom/pr_20000502.html)], 02.05.2000.