

UNIVERZA V LJUBLJANI
EKONOMSKA FAKULTETA

DIPLOMSKO DELO

ŠKODA, KI ZARADI KRŠENJA AVTORSKIH PRAVIC
NASTANE V FILMSKI INDUSTRIJI

Ljubljana, maj 2008

SAMO PREMRN

IZJAVA

Študent Samo Premrn izjavljam, da sem avtor/ica tega diplomskega dela, ki sem ga napisal pod mentorstvom doc. dr. Marka Pahorja in dovolim objavo diplomskega dela na fakultetnih spletnih straneh.

V Ljubljani, dne _____ Podpis: _____

KAZALO

UVOD

1. FILMSKA INDUSTRIJA, RAZVOJ IN ZNAČILNOSTI.....	1
1.1. RAZVOJ IN KRATKA ZGODOVINA	1
1.2. FILMSKA INDUSTRIJA DANES	2
1.2.1. Značilnosti.....	2
1.2.3. Filmski studii.....	4
1.3. ZNAČILNOSTI TRGA.....	5
1.4. STRUKTURA PRIHODKOV	7
1.5. KINEMATOGRAFIJA GLOBALNO	8
2. AVTORSKO PRAVO IN FILM	9
2.1. AVTORSKO DELO	9
2.2. AVTORSKA PRAVICA.....	10
3. INTELEKTUALNA LASTNINA IN MONOPOL	11
3.1. IZVOR VREDNOSTI.....	11
3.2. MONOPOL V AVTORSKEM PRAVU	11
3.2.1. Mrtva izguba kot merilo neučinkovitosti	12
3.2.2. Monopol kot edina možnost zaslužka avtorjev in inovatorjev.....	12
3.3. PROTEKCIONIZEM KULTURNE INDUSTRIJE	13
3.4. SPOPAD MED TEHNOLOŠKO INDUSTRIJO IN INDUSTRIJO KULTURE	14
4. AMERIŠKO ZDRUŽENJE PRODUCENTOV IN DISTRIBUTERJEV - MPAA	15
4.1. KONTRADIKCIJE V DELOVANJU MPAA.....	15
4.2. MONOPOL.....	16
5. PIRATSTVO.....	17
5.1. IZVOR IN VRSTE PIRATSKIH KOPIJ.....	17
5.2. OBLIKE FILMSKEGA PIRATSTVA.....	19
5.3. KOMERCIALNO PIRATSTVO.....	20
5.3.1. Pojav videorekorderjev	20
5.3.2. Optični disk.....	22
5.4. DIGITALNO IN SPLETNO PIRATSTVO.....	23
5.4.1. Vpliv digitalizacije na piratstvo	23
5.4.2. Spletno piratstvo	25
5.4.3. Fenomen p2p.....	26
5.5. TELEVIZIJA IN PIRATSTVO.....	28
5.5.1. Digitalna doba kot nova grožnja televiziji	28

6. ŠKODA, KI JO PIRATSTVO POVZROČA FILMSKI INDUSTRIJI	29
6.1. TRG LEGALNIH FILMOV BREZ VPLIVA PIRATSTVA.....	29
6.2. POJAV PIRATSKIH FILMOV.....	30
6.2.1. Cena piratske kopije.....	30
6.2.2. Pojav piratstva na filmskem trgu	31
6.2.3. Vpliv piratstva na filmski trg.....	32
7. UKREPI.....	34
7.1. VLOGA MPAA	35
7.3. PRELOMNO LETO 2003	36
7.4. DISKREDITACIJA P2P MREŽ	37
7.5. SPREMEMBE ZAKONODAJE O AVTORSKIH PRAVICAH.....	38
7.5.1. Kulturni lobiji v ZDA	38
7.5.2. Hiperprotekcijem zakona DMCA.....	38
7.6. DRM	39
7.6.1. Primer Johansen	40
6. POZITIVNI UČINKI »PIRATSTVA«	40
8.1. POZITIVNI UČINEK GLEDE NA UPORABO	41
SKLEP.....	42
LITERATURA	44
VIRI.....	46

UVOD

S pojavom digitalizacije in interneta se je industrija kulture soočila z novimi izzivi zaščite avtorske lastnine in nekdanjih uspešnih poslovnih modelov prodaje in distribucije. Prva je bila s pojavom Napsterja na udaru glasbena industrija, pozneje pa sta se z razširitvijo širokopasovnih povezav in omrežij za izmenjavo med uporabniki (angleško peer to peer ali p2p) na udaru znašli tudi filmska industrija in industrija programske opreme. Po podatkih ameriškega združenja MPAA je škoda, povzročena ameriškim studiem, s piratstvom leta 2005 znašala 6,1 milijarde ameriških dolarjev, večino tega pa je povzročeni s komercialnim piratstvom. Škoda se na prvi pogled zdi ogromna, vendar pa obstaja veliko argumentov, ki vzbujajo dvom tako v rezultate analize kot tudi metodologijo samo. Zavedati se moramo, da predstavlja filmska industrija oziroma industrija kulture na splošno zelo velik lobi tako na gospodarskem kot tudi zakonodajnem področju in ukrepe tega velikega lobija čutijo najbolj prav potrošniki oziroma uporabniki. Zdi se, da so navedbe o škodi, povzročeni s piratstvom, nekakšno opravičilo za vedno večjo zaščito avtorskih del in s tem možnostjo trženja na več različnih platformah in ohranjanja poslovnih modelov, ki izhajajo iz stare ekonomije in niso zmožni prilagoditve novim tehnologijam, ki jih prinašata digitalizacija in internet.

Namen naloge je prikazati razmejitve med komercialnim in nekomercialnim piratstvom ter interpretacijo obeh vrst piratstva s strani filmskih studiev in z vidika uporabnika oziroma njegovih pravic, za katere se zdi, da so vedno bolj podrejene dobičkom velikih studiev. Z nekaterimi primeri iz prakse bom poskušal prikazati, kako so se novi ukrepi filmskih studiev proti naprednim tehnologijam in sodobnemu potrošniku, ki ni več tipični pasivni uporabnik stare ekonomije, izkazali v različnih pravnih sistemih.

Delo je razdeljeno na osem poglavij. Prvemu poglavju, v katerem so na kratko predstavljeni zgodovina in nekatere značilnosti današnje filmske industrije, sledita pravni okvir in značilnosti, povezane z monopolom v intelektualni lastnini. Tretje poglavje se ukvarja z zanimivim spopadom dveh mogočnih industrij, tehnološke in kulturne, in opisuje razloge, ki so privedli do nadvlade slednje. Sledi podrobnejša predstavitev združenja MPAA, alfe in omege v ameriški filmski industriji. V petem in šestem poglavju so podani vsi aspekti piratstva na področju filma in njegov vpliv na ameriško filmsko industrijo. Sledi poglavje o nekaterih ukrepih, ki jih kulturna industrija izvaja za zaščito svojih interesov, in za konec še nekateri pozitivni vidiki spletne izmenjave datotek.

1. FILMSKA INDUSTRIJA, RAZVOJ IN ZNAČILNOSTI

1.1. RAZVOJ IN KRATKA ZGODOVINA

Decembra 1908 ameriški izumitelji in pionirji filma, na čelu s Thomasom Edisonom, organizirajo veliko filmsko združenje, imenovano Motion pictures patent company. Združenje naj bi rešilo takratne kaotične razmere na področju patenta. Člani (The Edison Film Manufacturing company, The Biograph company idr.) so z združitvijo končali z medsebojnimi obračuni in prevzeli nadzor nad industrijo. Z uskladitvijo interesov člani združenja legalno monopolizirajo trg in zahtevajo licenčnine od vseh producentov, distributerjev in prikazovalcev. Neodvisni studii se leta 1909 uprejo plačevanju licenčnine in začnejo z nelegalno produkcijo, ki pa jo združenje z različnimi prijemi onemogoča.

Neodvisni studii se tako iz New Yorka in New Jerseyja selijo v Kalifornijo, saj naj bi oddaljenost onemogočila Edisonu uveljavljanje patentov. Drugi pomemben razlog selitve so bile boljše podnebne značilnosti in daljši dnevi. V Hollywoodu se tako začne nov razcvet ameriške filmske industrije (Aberdeen, 2007).

Prvi hollywoodski studio, Nestor Studios, je bil ustanovljen leta 1911. Istega leta se v Hollywoodu ustanovi še 15 neodvisnih filmskih studiev. Pojem Hollywood postane tako tesno povezan s filmsko industrijo, da postane njen sinonim. Leta 1913 Cecil B. DeMille in Jesse Lasky najameta halo s studijsko opremo in tako nastane znani Lasky-DeMille Barn, kjer je danes Hollywood Heritage Museum. Leta 1917 nastane znani Charlie Chaplin studio. Znani napis Hollywood nastane leta 1923, takrat še kot Hollywoodland, kot namen propagande za naselitev tega območja. Napis je nato dolga leta propadal, leta 1949 pa se hollywoodska trgovska zbornica ponudi za odstranitev zadnjih štirih črk in popravilo napisa. Od leta 1930 so bili glavni studii z območja Hollywooda: Paramount, RKO, 20th Century Fox, Metro-Goldwyn-Mayer in Warner Bros. Ti studii so imeli v lasti velike kinodvorane po vsej ZDA, kjer so prikazovali svoje filme. Obdobje od 1927 do 1948 velja za obdobje zlate dobe Hollywooda. Leta 1948 pa vrhovno sodišče v ZDA odloči¹, da studii ne morejo imeti v lasti kinodvoran in v njih predvajati le svojih filmov. Zlata doba se tako konča. V sredini 50-ih let, ko se pojavi televizija kot uspešna industrija, se filmski studii angažirajo tudi v tej panogi in začnejo s produkcijo TV programa, kar ostaja praksa vse do danes (Dirks, 2007).

¹ Hollywood Antitrust Case (1948), znan tudi kot primer Paramount.

1.2. FILMSKA INDUSTRIJA DANES

1.2.1. Značilnosti

Filmska industrija je organizacija proizvodnje filmov na industrijski način, kar se praviloma dogaja v močnih proizvodnih središčih z velikimi in dobro opremljenimi studii, ustrezno izšolanim osebjem in primerno notranjo organizacijo dela; gre predvsem za množično proizvodnjo komercialnih filmov (Kavčič, 1999, str. 215).

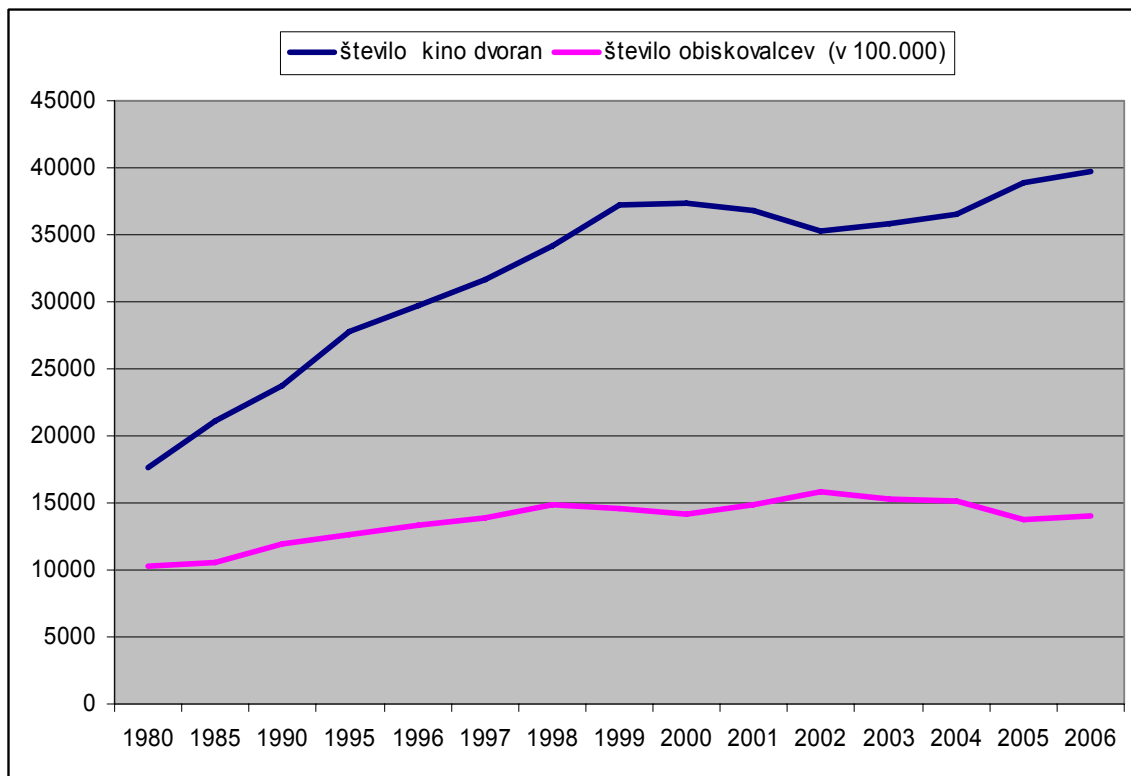
V primerjavi z evropsko kinematografijo, ki je večinoma subvencionirana in v zadnjem času produkcijsko čedalje bolj odvisna od televizije, je ameriška filmska produkcija usmerjena v komercialno kinematografijo, kar pomeni sistem produkcije, distribucije in prikazovanja filmov, ki deluje po načelih proizvodno-trgovske verige in vsem njenim členom zagotavlja primeren dobiček (Kavčič, 1999, str. 318). Komercialni filmi so po navadi umeščeni v enega izmed popularnih žanrov, njihov cilj pa je čim večji dobiček. V veliki večini so komercialni filmi posneti brez umetniških ambicij in ustrezajo zadovoljitvi okusov širših množic. Z vidika gledalca so z nekaterimi standardi in klišeji namenjeni predvsem zabavi in sprostitvi.

Ker ameriška zakonodaja onemogoča, da bi si studii lastili verige kinodvoran ter televizijske mreže, je prikazovanje filmov v rokah prikazovalcev (angleško: exhibitors). Ti studiem preko distribucijskih mrež oddajajo dvorane v svojih kinih ter kinokompleksih, za svojo storitev pa prikazovalci zadržijo v povprečju od 50 do 55 odstotkov blagajniških prihodkov (Hannaford, 2006). Večino prihodkov prikazovalci dobijo tudi s ponudbo spremljevalnih dejavnosti (prodaja hrane in pijače, oglaševanje v kinu ...). Za vsak film posebej se studii preko svojih distributerjev s prikazovalcem dogovorijo o številu tednov predvajanja, če je treba, pa tudi o natančni delitvi blagajniških prihodkov v teh tednih in o načinu oglaševanja. Časi prikazovanja filmov v kinodvoranah, razen izjem, kot so visokoproračunski filmi, narejeni za komercialni uspeh ali tako imenovani blockbusterji, postajajo vedno krajši. Razlog za to je predvsem v optimiziranju zaslužkov filmov v vseh segmentih prodaje. Filmu bi tako lahko pripisali tri različne segmente izdaje (angleško: windows): prikazovanje v kinematografih, DVD in VHS izdaje za nakup ali izposojajo ter spletna distribucija in nazadnje še televizijsko predvajanje. Medtem ko so bile včasih postkinematografske izdaje filma postranski zaslužek studiev, pa so v zadnjem času postale osrednji del finančnih načrtov vsakega filma. Zaradi teh novih segmentov, na katere se osredotočajo studii, imajo filmi danes neomejeno življenjsko dobo. Vse to tudi vpliva na način, kako so filmi narejeni, distribuirani in prodani.

1.2.2. Razvoj kinodvoran

Klasične kinodvorane z enim platnom so vedno bolj stvar preteklosti. V ZDA so že v sedemdesetih začeli graditi verige kinokompleksov z dvema ali s štirimi kinodvoranami. Na ta način si je več filmov delilo sanitarije in parkirišča, ponudbo pa so razširili s hitro prehrano ter bari in trgovinicami. Število tovrstnih kinokompleksov se je v osemdesetih še povečalo. Začnejo se graditi še večji kompleksi z dvanajstimi kinodvoranami. Leta 1994 pa veriga kinematografov AMC v bližini Dallasa zgradi prvi megaplex s kar štiriindvajsetimi kinodvoranami. To sproži pravi bum v gradnji tovrstnih megakompleksov po celotnih ZDA, manjši kompleksi s starejšo in ne tako udobno opremo propadejo (Hannaford, 2006).

Slika 1: Gibanje števila kinodvoran in obiskovalcev v ZDA za obdobje 1980-2006



Vir: Box office mojo, 2007

Vodilna podjetja v panogi izjemno hitro rastejo, predvsem po zaslugi prevzemov in širjenja ponudbe. Večje verige prevzemajo manjše in tako svojo dejavnost širijo tudi izven velikih mest. Leta 1990 je bilo tako v ZDA 23.000 kinodvoran, leta 2000 pa že okrog 39.000. Večina jih je v lasti peščice podjetij. Z letom 2000 so verige kinematografov ugotovile, da so zgradile prevelike kapacitete in da industrija ne bo mogla vzdrževati toliko kapacitet na istih trgih. Medtem ko se je število kinodvoran v obdobju od leta 1990 do 2000 povečalo za 50 %, se je v

istem obdobju število obiskovalcev kinodvoran povečalo le za 20 %. Odziv je bil jasen, povečanje cen kinovstopnic za 25 %. Povečanje cen bi bilo verjetno še večje, vendar so se takrat že začele pojavljati določene ovire, predvsem domači videosistemi (angleško: home video). Obdobje neuspešnih filmov s stališča prihodkov iz prodaje vstopnic v sezoni 1999-2000 je kar nekaj verig pripeljalo do stečaja (Carmike, Loews, United Artists, General Cinema in Edwards Cinemas). V zadnjih letih so se prihodki povečevali predvsem na račun blockbusterjev ter ponovnega dviga cen kinovstopnic. Ti ukrepi so pa le kratkoročna rešitev, saj popularnost filmov precej niha, glavni problem pa ostajajo prevelike kapacitete (Hannaford, 2006). V raziskavi revije Forbes je bilo ugotovljeno, da je, gledano iz celote, zasedenost kinodvoran le 12 %. To pomeni, da je več kot 80 % sedežev praznih. Razlaga nekoliko nenavadne statistike je seveda v tem, da 80 % obiskovalcev pride v kinodvorane med vikendom, medtem ko med tednom kinodvorane večinoma samevajo in obratujejo brez dobička (Ackman, 2001, str. 1).

1.2.3. Filmski studii

Ameriška komercialna kinematografija je v največji meri odvisna od devetih hollywoodskih studiev (angleško: Hollywood majors). Studii so v lasti velikih konglomeratov, ki so vertikalno integrirana podjetja, saj pod eno streho običajno vključujejo proces razvoja, produkcije in tudi distribucije filmov. Del vseh prihodkov studia je namenjen distributerjem, del pokritju marketinških stroškov, pri videu se pojavi še tako imenovani »studio overhead«, ki je denar za opravljanje splošnih poslov studia, s preostalim delom sredstev pa krijejo tudi produkcijske stroške filma.

Tabela 1: Prihodki ameriških studiev ter število izdanih in produciranih filmov v letu 2007

Studio	prihodki v milijonih dolarjev	št. produciranih filmov	št. izdanih filmov
Paramount	1499,3	16	20
Warner Bros	1417,4	24	34
Buena Vista	1350,2	13	21
Sony/Columbia	1245,6	25	31
Universal	1101,9	18	20
20th Century Fox	1017,7	16	24
New Line	487,5	13	17
Lionsgate	368,1	17	17
MGM/UA	366,2	19	29
Fox Searchlight	132,8	10	15
Miramax	126,1	8	10

Vir: Box office mojo, 2007

Če so celotni produkcijski prihodki večji od negativnih stroškov (angleško: negative costs), namenjenih produkciji filma, je bila produkcija filma ekonomsko upravičena in studio ustvari dobiček. Za studio je najpomembnejši proces financiranja filmov, zato je blagajniški prihodek v Ameriki v primerjavi z evropskimi ter drugimi neameriškimi produkcijami večjega pomena.

Ker le peščica filmov že med svojim prikazovanjem prinese glavni prihodek, je tveganje v filmski industriji veliko, studii, ki odgovarjajo svojim lastnikom, pa tveganje zmanjšujejo s široko ponudbo filmov. Tako z dobički uspešnic poskušajo kriti izgube, ki jih prinesejo drugi filmi. Ameriškim prikazovalcem tako zagotavljajo stalno ponudbo okoli 200 filmov letno, ki imajo vnaprej določene datume prikazovanj (angleško: playdates). Z vnaprej znano razporeditvijo premiernih datumov pa se studii tudi ogibajo medsebojno konkurenčnim filmom in si izborijo pozicije v komercialno privlačnejših tednih (na primer praznični in počitniški) (Žun, 2003, str. 4).

Približno enako število filmov prikazovalcem priskrbi tudi ameriška neodvisna filmska produkcija (angleško: independents), katerih produkcijski ter oglaševalski stroški so v primerjavi s studijskimi filmi neprimerno manjši. Neodvisne filme razdelimo v tri skupine: mini studii (na primer New Line, Miramax), klasični neodvisni studii (na primer Fine Line, Fox Searchlight) in mikro neodvisni studii (na primer IFC Films, Artisan). Neodvisna filmska produkcija ameriškemu filmskemu trgu priskrbi tudi druge angleško govoreče filme, številne dokumentarne filme in izbrane tujejezične filme (Hannaford, 2006).

Glavni problem studiev je, kako spraviti film na platna v čim večjem številu kinematografov po ZDA. Namen studiev je jasen, pridobiti čim večji dobiček in ugled. V šestdesetih in sedemdesetih so filmi izhajali postopoma, s počasnim širjenjem na trgu, ko je bil film v zagonu. Današnja praksa je drugačna, veliko bolj agresivna. Najpomembnejše je pridobiti čim večje zavedanje o filmu (angleško: mind space) pri gledalcih, v času, ko je film med dnevnimi novicami.

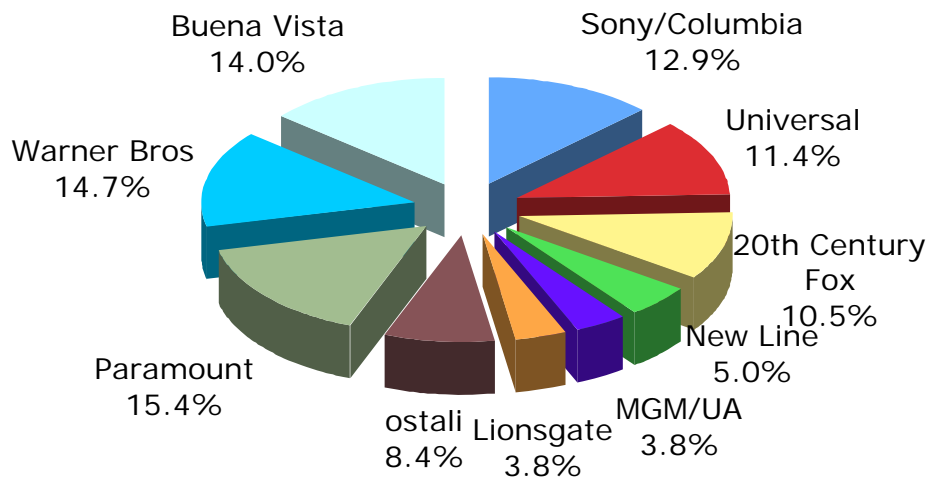
1.3. ZNAČILNOSTI TRGA

V ZDA ima 9 največjih studiev kar 91,6-odstotni tržni delež v ameriški filmski industriji, od tega zgornjih pet predstavlja kar 68,5 odstotkov. Neodvisni filmi imajo skupaj le zanemarljiv delež na trgu, večina pa jih v distribucijo pride preko katerega od omenjenih studiev. Oligopol v filmski industriji tako ni nič novega. Že od leta 1950 je večina zdajšnjih podjetji del oligopola osmih studiev, spremenila se je le relativna moč ter nekatera imena. Čeprav se je moč oligopola nekoliko zmanjšala po odločitvi vrhovnega sodišča, znani kot »Paramount decision«, ki je razsodilo proti vertikalni integraciji v škodo studiev. S to odločitvijo so se morali odpovedati svojim lastnim kinodvoranam. Navkljub spremembam ostaja oligopol še vedno močan.

Danes je večina studiev del velikih mednarodnih medijskih konglomeratov, njihovi lastniki se velikokrat menjajo (Universal), izjemi sta DreamWorks in MGM/UA. Neodvisnost DreamWorksa je zajamčena s prisotnostjo Stevena Spielberga, ki se odloča samostojno, svojo

dejavnost pa širi tudi na področje glasbe in televizije. MGM/UA si je opomogel od ostankov dveh, v preteklosti zelo cenjenih studiev, ki sta jih izžele špekulacije lastnikov.

Slika 2: Tržni delež ameriških studiev v odstotkih



Vir: Box office mojo, 2007

Oligopol filmskih studiev močno definira poslovni model kinematografov, za katerega je značilen oligopson. Takšne razmere na trgu zelo odговarjajo filmskim studiem, ki s svojimi pogoji poslovanja izžemajo dobičke kinematografov. Tako gre v prvih dveh tednih prikazovanja 60-70 % prihodkov iz prodaje vstopnic neposredno studiem. Odstotek potem počasi pada in v šestem tednu obdržijo kinematografi že okoli 70 % prihodkov. Seveda je obisk po šestih tednih neprimerno nižji. Takšni pogoji seveda ženejo studie k novim izdajam, ki privabljajo nove gledalce, ter priprave na izdajo filmov, ki so v tretjem ali četrtem tednu prikazovanja na videonosilcih. Zaradi vsega tega so za kinematografe zelo pomembni postranski prihodki, ki pa niso zanemarljivi. Med glavne štejejo prigrizki in pijače, ki se jih gledalci poslužujejo, ter oglaševanje pred začetkom filma. Nekaterim verigam kaže boljše tudi po zaslugi reorganizacije ter opuščanja starih kinodvoran. Tako je, na primer, Regal Cinema tudi po zaslugi zniževanja cen pridobil okoli 20 % trga. Zanimivo bo predvsem videti, če bo naraščajočemu oligopsonu uspelo iztržiti večji delež prihodkov na račun studiev. Za zdaj se to še ni zgodilo (Hannaford, 2006).

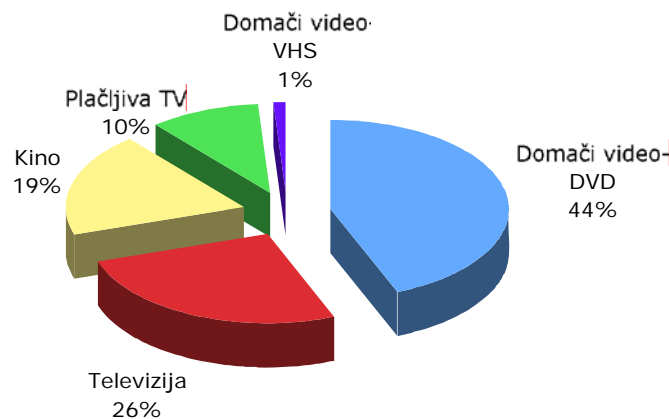
Neodvisni studii, kot sta, na primer, Miramax in New Line, so bili v večini prevzeti s strani konglomeratov. Nove, uspešne studie čaka verjetno enaka usoda. Za eno redkih izjem zanesljivo velja majhen studio IFC, ki je s filmom Moja obilna grška poroka dosegel izjemen finančni uspeh, saj je bil film peti na lestvici po prihodkih iz prodaje kinovstopnic v letu 2002

in brez dvoma najdonosnejši. Vendar pa so takšni uspehi zelo redki, saj distribucijo in lastništvo večine neodvisnih uspešnic manjših studiev prevzamejo večji² (Seiler, 2002).

1.4. STRUKTURA PRIHODKOV

Velik del prihodkov filmskih studiev je ustvarjen po tem, ko film že zapusti kinodvorane in se začne distribucija za domači video ter razne licenčnine za televizijo. Kot vidimo, dobijo studii največji delež iz naslova prodaje in izposoje DVD-jev, sledi odkup televizijskih pravic ter šele na tretjem mestu prihodki od prikazovanja v kinematografih. Poleg glavnih prihodkov filmskega tržišča trži studio svoje filme tudi na pomožnih trgih, ki prinašajo prihodke iz zabaviščnih tematskih parkov, od prodaje glasbe in prodaje drugih trgovskih proizvodov.

Slika 3: Struktura prihodkov



Vir: MPAA, 2006a, str. 16

Ker blagajniški prihodki določajo druge prihodke (blagajniška uspešnica je običajno uspešnica tudi na videu in doseže pozneje tudi večjo ceno pri odkupu televizijskih), so odhodki studia do zaključka prikazovanja filma v kinodvoranah zavoljo razsipnega trženja, ki skuša med prikazovanjem v kinih ustvariti zanimanje občinstva, ter tretjinskega distribucijskega deleža, v povprečju večji od njihovega deleža blagajniških prihodkov. Izgubo, ki jo studiem na blagajnah pridelajo manj uspešni filmi, studii običajno zgladijo s prihodki iz prodaje videa, televizijskih pravic in distribucije na pomožnih trgih.

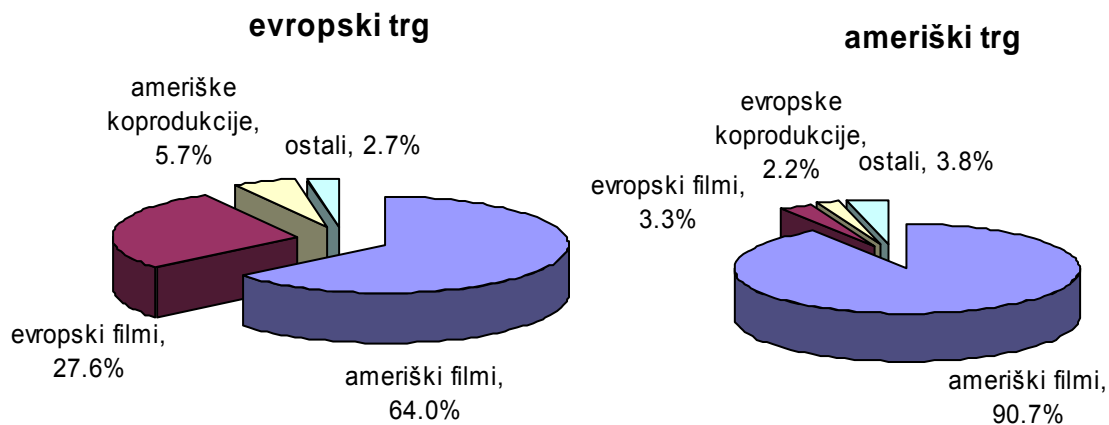
² Takšen primer je film Chicago studia Miramax.

Stroški distribucije so zelo visoki in prostora za filme s skromnim uspehom skorajda ni. V ZDA je vsako leto izdanih približno 500 komercialnih filmov, okoli 200 od teh je izdanih s strani velikih studiev. Povprečno je v ZDA vsak teden lahko en nov film hit, kar pomeni, da 150 filmov, izdanih s strani velikih studiev, ne bo postalo hit. Povprečni stroški produkcije takšnega filma znašajo od 50 do 75 milijonov dolarjev, stroški marketinga pa med 30 in 50 milijonov dolarjev. Filmi, ki v enem letu od izdaje ne dosežejo sto milijonov dolarjev prometa, veljajo za neuspešne in takšnih je večina (Box office mojo, 2007).

1.5. KINEMATOGRAFIJA GLOBALNO

Čedalje pomembnejše postajajo tudi mednarodne izdaje filmov. Medtem ko želijo studii na ameriškem trgu predvsem doseči točko preloma, pa želijo s svetovno distribucijo filma doseči zelen dobiček. Globalna distribucija se močno povečuje na račun velikih azijskih trgov. V zadnjem desetletju se je začela gradnja kinokompleksov v veliko državah sveta in dejavnik svetovne distribucije ima v filmski industriji čedalje večji pomen. Če za ameriške filme velja, da se njihov mednarodni trg veča, pa za tuje filme v ZDA velja prav nasprotno, saj njihovo število močno upada, še manj pa jih doživi finančni uspeh.

Slika 4: delež filmov po poreklu na ameriškem in evropskem trgu



vir: FOCUS, 2007, str. 10 in 36

Medtem ko so ameriški oziroma hollywoodski filmi po svetu magnet za gledalce in prinašajo kinematografom najvišje prihodke, pa nasprotno ne velja. V ZDA so tuji filmi postali prava redkost. Večina neodvisnih studiev je bila najprej kupljenih, nato pa bili zaradi skromnih dobičkov ukinjeni s strani kinoverig. Celo zelo komercialni filmi tuje produkcije v ZDA ne pridejo do izraza. Vendar problem ni v količini, saj je tujih in neodvisnih filmov več kot kdaj koli, ampak v omejenem prikazovanju teh s strani kinematografov.

Verige kinematografov navkljub svojim nezasedenim kapacitetam dobesedno izrivajo tuje in neodvisne filme, saj ti prinašajo manjše prihodke. Nekajtedensko prikazovanje brez velikega marketinških akcij niti ne more biti dovolj za dobro obiskanost in uspeh filma. Veliko preprostejše in bolj dobičkonosno je prikazovanje marketinško intenzivnih filmov. Gre za fenomen zrinjanja, ki povzroča začarani krog manjših filmov. Filmi ne pridejo na platna, ker zanje ni zanimanja, tega pa ni, ker filmov ni v kinodvoranah in se o njih ne piše in ne govori. Seveda obstajajo tudi izjeme, vendar povprečno uspe le en nekomercialen film na leto (Hannaford, 2007).

2. AVTORSKO PRAVO IN FILM

2.1. AVTORSKO DELO

Avtorska pravica velja samo za avtorska dela; če teh ni, tudi ni avtorskih pravic. Ustvarjalnost, ki je bistvo avtorskega dela, je težko zajeti s pravno definicijo, zato so nekateri člani oblikovani nekoliko abstraktno in splošno. S konkretnjšimi opredelitvami bi lahko namreč preveč zožili definicijo in nastala bi nevarnost, da kakšne nove oblike ustvarjalnosti ne bi bile zajete z avtorskim varstvom (Trampuž, 2000, str. 79).

Najkrajša in najbolj zgoščena definicija avtorskega prava je, da gre za stvaritev, ki je izražena. Obstaja vrsta meril, ki so v pomoč pri opredelitvi avtorskega dela. Te predpostavke so (Trampuž, 2000, str. 82-86):

1. Stvaritev - ta predpostavka je načelne narave in ima predvsem izključitveno funkcijo; kot avtorsko delo se ne šteje proizvod, ki ga izdelata stroj ali druga naprava, nadalje žival, pa tudi ne najdeni predmeti. Pri stvaritvi gre za ustvarjalnost neke konkretne osebe, ki vodi do nastanka dela.
2. Področja ustvarjalnosti - predpostavka za obstoj avtorskega dela je, da pripada kategorijam znanosti, književnosti ali umetnosti. Z njim se konkretizira pojem stvaritve, ki se nato še bolj konkretizira s posameznimi kategorijami avtorskih del.
3. Duhovnost - nadaljnja predpostavka avtorskega dela je, da gre za delo človekovega duha, duhovno stvaritev. V delu mora odsevati človeški duh, z njim se izražajo misli, sporočila, občutki, čustva in podobno. Hkrati pa duhovnost avtorskega dela opozarja, da gre za tako imenovano imaterialno dobro, netelesni proizvod. Treba je razlikovati avtorsko delo od njegovih nosilcev (medijev). Je delo duha, ki je v celoti načrtovano in oblikovano v avtorjevem duhu, nato pa se od njega loči s tem, da se izrazi na ustreznih materialnih ali nematerialnih nosilcih, ki omogočajo čutno zaznavo.
4. Izraženost - v zunanjem svetu se manifestira tako, da je zaznavno za čute. V poštev pridejo vsi možni načini ter oblike in vse so avtorsko varovane. Ta predpostavka pa ne pomeni, da mora biti avtorsko delo tudi materialno fiksirano. Številna dela lahko namreč niso nikoli materialno fiksirana, pa so kljub temu izražena (pantomima,

improvizirana glasba, govor).

5. Individualnost - najbolj pomembna predpostavka, okoli katere se vrti tudi največ sporov. Človeško ustvarjanje je po naravi osebno, izvirno, individualno. Ta individualnost se nujno kaže v samem delu; rezultat, stvaritev ima individualne poteze, kar označujemo kot svojevrstno, inovativno, samosvoje.

Film sodi v kategorijo avdiovizualnih del - za katere je značilno, da so izražena v obliki zaporedja povezanih gibljivih slik (ustreza mednarodnim definicijam, na primer iz člena 2 - series of fixed related images) - konvencije o mednarodni registraciji avtorskih del (Trampuž, 2000, str. 102), na katerem nastane avtorska pravica in kar ga razlikuje od golega zaporedja gibljivih slik, ki dopušča zgolj nastanek sorodne pravice.

2.2. AVTORSKA PRAVICA

Avtorska pravica je ena sama in enovita pravica na določenem avtorskem delu. Sčasoma je praksa izoblikovala nekatere značilne oblike ali vidike uporabe avtorskih del, ki so vplivali tudi na vsebino avtorske pravice: slednjo sestavljajo upravičenja, ki so podrobnejše opredeljena v zakonu (Trampuž, 2000, str. 128).

Znotraj posamičnih pravic je praksa izoblikovala posamezne značilne in med seboj ločljive oblike izkoriščanja (Trampuž, 2000, str. 128-129).

1. Moralna upravičenja - avtorsko delo je odraz, emanacija človekove osebnosti; je del avtorjeve osebne sfere in osebnost sama ali najmanj trajno povezana z njo. Posamične pravice, ki varujejo te interese in vezi, so moralne avtorske pravice.
2. Materialna upravičenja - zakon skrbi za to, da se avtorsko delo lahko gospodarsko izkorišča. Posamične pravice, ki zagotavljajo avtorjev nadzor nad temi vidiki avtorskega dela, so materialne pravice. Z njimi avtor - prvič - dobi plačilo (honorar, nadomestilo) za uporabo dela in - drugič - usmerja uporabo dela (katere vrste uporabe, kateri uporabniki, kateri teritoriji itd.).
3. Druga upravičenja avtorja - gre za krovni pojem pravic.

Monizem avtorske pravice pomeni, da je avtorska pravica enovita. Vsebuje osebnotna (moralna, idealna) ter premoženjska (materialna) upravičenja. V doktrini avtorske zakonodaje ostajajo različna stališča o tem, ali sta ti dve vrsti upravičenj ločeni in katera od njiju prevlada. ZASP je sprejel prevladujoče mnenje doktrine, da je avtorska pravica enovita in celovita pravica, iz katere tečejo osebnotna in premoženjska upravičenja, ki tvorijo neločljivo celoto in so večkratno medsebojno prepletena in spojena. Doktrina govori, da so moralna upravičenja prepojena s premoženjskimi in nasprotno. Kot upravičenja iz osebnostne sfere je

treba obravnavati tudi druga materialna upravičenja avtorja. Zato avtorska pravica ni niti čista osebnostna, niti čista premoženjska, temveč ima posebno mesto v pravnem sistemu (Trampuž, 2000, str. 129-130).

3. INTELEKTUALNA LASTNINA IN MONOPOL

3.1. IZVOR VREDNOSTI

Ekonomsko učinkovitost in zdrav razum pravita, da naj bi bile ideje oziroma intelektualna lastnina zaščitene in omogočena naj bi jim bila tudi prodaja, kot velja za ostale fizične dobrine. Dober zakon o intelektualni lastnini tako spodbuja inovacije, kar povečuje gospodarsko rast in vodi v večjo blaginjo. Argument se zdi logičen in torej so vzvodi varovanja intelektualne lastnine temeljna opora dobro delujoče tržne ekonomije.

Stališče, kjer je vrednost je pravica, je globoko zakoreninjeno v razpravah. Kadar obstaja vrednost, mora nekdo imeti pravico do te vrednosti. Takšno stališče je vodilo organizacijo za pravice skladateljev ASCAP, ki je tožila organizacijo skavtinj, ker ni plačala za pesmi, ki so jih skavtinje prepevale ob tabornem ognju. Obstajala je »vrednost« (pesmi), torej je morala obstajati tudi »pravica«, čeprav uperjena proti skavtinjam. Vendar pa ta teorija ni bila nikoli teorija ameriške ustvarjalne lastnine. Namesto tega je intelektualna lastnina v naši tradiciji instrument. Postavlja osnovo za bogato ustvarjalno družbo, a ostaja podrejena vrednosti ustvarjalnosti. V trenutni razpravi je to obrnjeno na glavo. Zaščita instrumenta nas je tako zaposlila, da pozabljamo na vrednost (Lessig, 2005, str. 32).

3.2. MONOPOL V AVTORSKEM PRAVU

Prevladujoče prepričanje je, da sta manjša količina in višja cena blaga glavni razlog za to, da ekonomisti obsojajo monopol; vendar to ni prava resnica. Glavni razlog za kritično presojo monopola je dejstvo, da le-ta ne zagotavlja optimalne alokacijske učinkovitosti, zaradi česar redki družbeni viri niso optimalno izkoriščeni. V primerjavi s Paretovo učinkovitostjo popolne konkurence monopol vodi k podoptimalni izrabi gospodarskih virov, v izgubo, ki je znana kot izguba blaginje zaradi mrtvega bremena (Pretnar, 2002, str. 104). Pri intelektualni lastnini že dolgo časa ne gre samo za avtorske pravice in prodajo le-teh, ampak gre tudi za pravico do reguliranja njihove uporabe, to pa povzroča družbeno neučinkovit monopol. Pri nakupu fizične dobrine namreč lahko z dobrino počnemo kar nas je volja, medtem ko je to z intelektualno lastnino prepovedano. Intelektualna lastnina ima namreč dve komponenti. Prva je pravica do avtorstva in prodaje idej, druga pa je pravica do nadzora uporabe teh idej po njihovi prodaji in ta je ekonomsko sporna. Prav nadzor nad uporabo idej je tisti, ki

onemogoča konkurenco med avtorji in kupci njihovih idej, ta pa vodi v monopol (Boldrin, 2002, str. 1-3).

3.2.1. Mrtva izguba kot merilo neučinkovitosti

V tem primeru se soočimo s porabnikovim presežkom kot merilom ekonomske učinkovitosti oziroma - bolj pravilno povedano - neučinkovitosti monopola. Porabnikov presežek je manjši iz dveh razlogov. Prvič je del tega presežka pretvorjen v proizvajalčev nadpovprečni ali monopolni dobiček. Ta dobiček s tem postane del proizvajalčevega presežka in je pri vrednotenju ekonomske učinkovitosti povsem enakovreden porabnikovemu presežku. Drugi del izgubljenega porabnikovega presežka pa je izguba zaradi mrtvega bremena, povzročena z višjo prodajno ceno in posledično manjšo ponudbo, s tem pa je iz nakupa izločenih nekaj porabnikov z rezervacijskimi cenami, ki so nižje od prodajne cene. Izguba zaradi mrtvega bremena je tudi merilo ekonomske učinkovitosti; pri isti količini razpoložljivih virov je obseg proizvodnje manjši, kot bi bil pod konkurenčnimi pogoji. V tem tiči vzrok za zaskrbljenost (Pretnar, 2002, str. 105).

3.2.2. Monopol kot edina možnost zaslužka avtorjev in inovatorjev

Nadpovprečnega dobička monopolist ne more ustvariti na konkurenčnem trgu; v popolni konkurenci se lahko zasluži le normalen dobiček, ker je pač konkurenčna cena enaka mejnemu strošku. V monopolu je cena seveda višja od mejnih stroškov. Naj ob tem opozorimo, da pojem "dobiček" v ekonomiji ne pomeni isto kot v poslovnem smislu (Pretnar, 2002, str. 105). Med ekonomisti se tako pojavlja mnenje, da lahko le monopol vodi v možnost zaslužka inovatorjem. Gre za na videz neizpodbitno dejstvo. Strošek inovacije je fiksni strošek, ideje pa se distribuirajo po ceni 0 oziroma za nek mejni strošek. Če vzamemo popolno konkurenco, pri kateri je cena enaka mejnemu strošku, fiksni stroški ne morejo biti kriti. Iz napisanega lahko sklepamo, da inovatorji v primeru popolne konkurence ne bi bili zmožni pokriti fiksnega stroška inovacije. Drugi avtorji govorijo drugače. Po njihovih teorijah je namreč ustvarjalnost nepovraten in ne fiksni strošek. Ker so pomembne le ideje, ki so utelešene v ljudeh oziroma predmetih, je ustvarjalni strošek le strošek prve enote, vse ostale so le kopije. Takšne vrste nepovratni strošek je zelo pogost v gospodarstvih in ne predstavlja bistvene grožnje popolni konkurenci. Po navadi tudi ni organizacije, ki bi za takšno dobrotno zahtevala državni monopol. Kreativnost se razlikuje v nedeljivosti pri ustvarjanju prve enote. Dve na pol izpeljani ideji ne ustvarita skupne končne ideje. Teorija konkurence dobrin, ki so nedeljive, pa še ni dobro razvita. Pri konkurenci je po navadi tako, da najbolje nagradi prve. Padajoči stroški nadaljnjih kopij pa se po navadi povečajo. Vse to pa bolj škoduje kot pa spodbuja inovacije (Boldrin, 2002, str. 2-3). Velik je torej prepad med tem, da si inovatorji zaslužijo plačilo za svoj trud in zaključkom, da je trenutna patentna in avtorska zakonodaja najboljši način za takšno nagrajevanje.

3.3. PROTEKCIONIZEM KULTURNE INDUSTRIJE

Industrija kulture se je v boj za avtorske pravice podala na treh različnih ravneh: politično-ekonomski, tehnološki in politično-kulturni. Lawrence Lessig, znan odvetnik in profesor prava na univerzi v Stanfordu, je zakon DMCA³ označil kot zakonodajni izid prave kontrarevolucije proti kulturnim, ekonomskim in družbenim spremembam, povezanih z razvojem digitalnih tehnologij na splošno, še zlasti pa z razvojem interneta. Revolucionarnost njegovih misli temelji v prepričanju, da je internet, tako kot je temeljito spremenil tehnologijo, družbo in ekonomijo, spremenil tudi pojem lastnine in trga. Scenarij nove ekonomije, ki se je začel oblikovati v 90. letih, se je napajal iz teh sprememb. Da bi se zaščitili pred učinki nove ekonomije, so lobiji stare ekonomije spremenili (in z zakonom DMCA jim je to nekako uspelo) pravila igre, ki so se spontano razvila iz novega sistema družbenih odnosov, nastalega na medmrežju. To pa predstavlja grožnjo, da bodo uničeni sami temelji blaginje, ki jo je ustvarila internetna ekonomija.

Kontrarevolucija je delovala na treh različnih, a tesno povezanih ravneh (Formenti, 2005, str. 52):

1. hotela je oslabiti horizontalno mrežo povezav od mnogih k mnogim, ki jo je omogočila začetna rast interneta, ter jo poskusila nadomestiti z novim sistemom razpršenega oddajanja (od enega k mnogim), narejenim za prodajo vsakovrstnih izdelkov, storitev in programov;
2. hotela je zadušiti poizkus "razpršene ustvarjalnosti", ki je milijonom uporabnikom omogočil, da so se preizkusili kot "producenti" svojih lastnih večpredstavnih vsebin in jim hotela ponovno nasilno dodeliti vlogo pasivnih uporabnikov;
3. hotela je okrepiti in razširiti zasebni monopol nad tehnološkimi standardi interneta, da bi tako uporabnikom onemogočila nadzor nad tehnologijami, ki jih uporabljajo.

Zakon DMCA te cilje uresničuje z nespoštovanjem pravice uporabnikov-potrošnikov do poštene rabe, obenem pa prenaša pravice ustvarjalcev v roke monopolov kulturne industrije, s tem pa jim daje popoln nadzor nad produkcijo in distribucijo vsebin. Lessig s tem ne zagovarja moralne ali ideološke upravičenosti sistematičnega kršenja pravic intelektualne lastnine, ampak skuša dopovedati, da med monopolno lastnino in brezobzirnim ropanjem obstajajo še druge možnosti. Pravi cilj ni ukiniti avtorske pravice, temveč jih izboljšati in zmanjšati njihovo veljavnost na (obnovljivih) 5 let, po katerih bi dela spet postala javna domena.

³ Digital millennium copyright act, sprejet v ZDA leta 1998 na pobudo Svetovne organizacije za intelektualno lastnino. Podrobneje je zakon predstavljen v poglavju 7.5.2.

Protekcijonizem utemeljujejo kot nujno zaščito komercialne ustvarjalnosti. Vendar pa ta protekcijonizem ni omejen in uravnotežen protekcijonizem, ki je zakone opredeljeval v preteklosti. To ni protekcijonizem, ki bi varoval umetnike. Namesto tega gre za protekcijonizem, ki varuje določene oblike poslovanja. Gospodarske družbe, ki jih je ogrožal potencial interneta, da spremeni način oblikovanja in izmenjave tako komercialne, kot nekomercialne kulture, so se združile in dosegle, da so zakonodajalci sprejeli zakone za njihovo zaščito. Digitalne tehnologije, vezane na internet, lahko prinesejo neprimerno bolj konkurenčen in živahen trg oblikovanja in ustvarjanja kulture; ta trg lahko zajema veliko širšo in bolj raznoliko paleto ustvarjalcev (Lessig, 2005, str. 22-23).

3.4. SPOPAD MED TEHNOLOŠKO INDUSTRIJO IN INDUSTRIJO KULTURE

Najbolj preseneča neravnovesje moči med industrijo visoke tehnologije in lobiji kulturne industrije. Čeprav industrija visoke tehnologije lahko upravičeno zahteva očetovstvo nad celotnim aparatom strojne in programske opreme, nad idejami, načrti in kulturami, ki so omogočile tehnološko in kulturno revolucijo v 90. letih ter razmah internetne ekonomije, medtem ko se je kulturna industrija posvečala le izdelavi političnih in tržnih strategij, kako si prilastiti rezultate te revolucije, je do sedaj prav kulturna industrija igrala ključno vlogo v določanju pravnih in političnih pravil, po katerih naj bi se ravnal ekonomski sistem.

Prevlada kulturne industrije nad tehnološko ni le rezultat običajne zgodovinske zamude, s katero politika dojema spremembe v ekonomskem sistemu, temveč odseva tudi gospodarsko krizo, ki se je začela s padcem indeksa Nasdaq spomladi 2001. Raznovrstni mehanizmi te krize so prispevali k preoblikovanju odnosov moči med staro in novo ekonomijo v prid stari, za katero je 90. letih izgledalo, da bo prepustila prednost poslovnim modelom, kot jih poosebljajo visokotehnološke družbe in podjetja pikakom (dotcom). Konflikt se je pojavil med kulturnima pristopoma, od katerih je eden predvideval uporabnika, ki bi po zaslugi novih tehnologij pridobil čedalje več svobode in avtonomije. Drugi pristop, ki so ga podpirale družbe stare ekonomije, pa je v novih medijih videl orodje za razširjanje in povečevanje nadzora nad pasivnim potrošnikom, ki bi bil navajen na nekdanje medije in nekdanje kanale distribucije (Formenti, 2005, str. 37-38).

Protiofenziva stare ekonomije je padla na plodna tla v ozračje, ki je zajelo ZDA po 11. septembru 2001 in ga zaznamuje "vojna proti mednarodnemu terorizmu", ki jo je napovedala Busheva administracija. Še zlasti represivna vnema pri preprečevanju spletnega kriminala in trud, da bi vzpostavili nove oblike vladnega nadzora nad pretokom informacij preko interneta (kar opravičujejo z nujnostjo preprečevanja teroristične zlorabe medija), sta se postopoma prelevila v splošen napad na obnašanje milijonov uporabnikov-potrošnikov, ki so zdaj obtoženi kršitve zakona o avtorskih pravicah (Formenti, 2005, str. 38).

4. AMERIŠKO ZDRUŽENJE PRODUCENTOV IN DISTRIBUTERJEV - MPAA

MPAA⁴ je po svoji definiciji neprofitno združenje. Ustanovljeno je bilo v ZDA z namenom ščitena interesov filmskih studiev. Članstvo MPAA predstavlja 6 največjih studiev: Buena Vista Pictures Distribution (Walt Disney), Sony Pictures, Paramount Pictures (Viacom, ki je februarja 2006 kupil DreamWorks), 20th Century Fox, Universal Studios (NBC Universal) in Warner Bros. MPAA ima pomembno vlogo tudi pri ocenjevanju oziroma rangiranju filmov glede na ciljno publiko (MPAA, 2007).

Poleg omenjenega rangiranja filmov, je MPAA znana po lobiranju v korist svojih članov na raznih področjih: od zaščite avtorskih pravic, svobode govora do spodbujanja DRM-ja (upravljanje z digitalnimi pravicami). Svojo prepoznavnost je združenje dobilo tudi z bojem proti spletnim stranem za izmenjavo datotek, preko katerih poteka izmenjava nelegalnih kopij datotek. Leta 2006 je s pritiski na švedsko vlado sprožila policijski pregon na strežnike, ki so gostili portal The Pirate Bay. Upravitelji portala so bili mnenja, da je bil zaseg neupravičen in portal je bil čez nekaj dni ponovno postavljen na alternativnih strežnikih (Smith, 2004).

4.1. KONTRADIKCIJE V DELOVANJU MPAA

Nekateri ukrepi MPAA so v preteklosti dvignili veliko prahu. Tako je, na primer, leta 2006 film režiserja Kirbyja Dicka - *This Film Is Not Yet Rated*, ki je po svoji vsebini kritika rangiranja filmov, MPAA sama nelegalno kopirala za nekatere svoje uslužbence. To je pomenilo velik madež na moralno avtoriteto inštitucije (Bangeman, 2006). Sporen je tudi sistem ocenjevanja oziroma rangiranja filmov. Glede na to, da so člani MPAA največji in najvplivnejši ameriški filmski studii, so mnogi prepričani, da je namen rangiranja filmov v zagotavljanju finančnega uspeha nekaterih filmov ter zatiranju drugih, predvsem neodvisnih filmov (Teodorczuk, 2006). Sistem rangiranja je s strani aktivistov za svobodo govora označen kot de facto cenzura, na drugi strani pa s strani konservativcev, verskih voditeljev in nekaterih odvetnikov kot preblag in popustljiv. Veliko je tudi napak pri rangiranju in včasih so v različnih rangih filmi, ki so si po eksplicitnosti spolnosti ali nasilja enaki. Filmski ustvarjalci se seveda sistemu rangiranja prilagajajo in odmaknejo kadre, ki so eksplicitni glede golote, spolnosti ter nasilja. S tem si zagotovijo, da niso v razredu NC-17, ki prepoveduje ogled filma mlajšim od 17 let. Na drugi strani pa nekateri filmi, namenjeni mlajši publiko, začinijo film s kadri spolnosti ali golote, ki pa niso tako eksplicitni, si s tem prislužijo rangiranje v višji razred (na primer PG - ogled svetovan v spremstvu staršev), vendar pa je prav zaradi teh kadrov obisk filma večji (Teodorczuk, 2006). Po mnenju režiserja Kirbyja

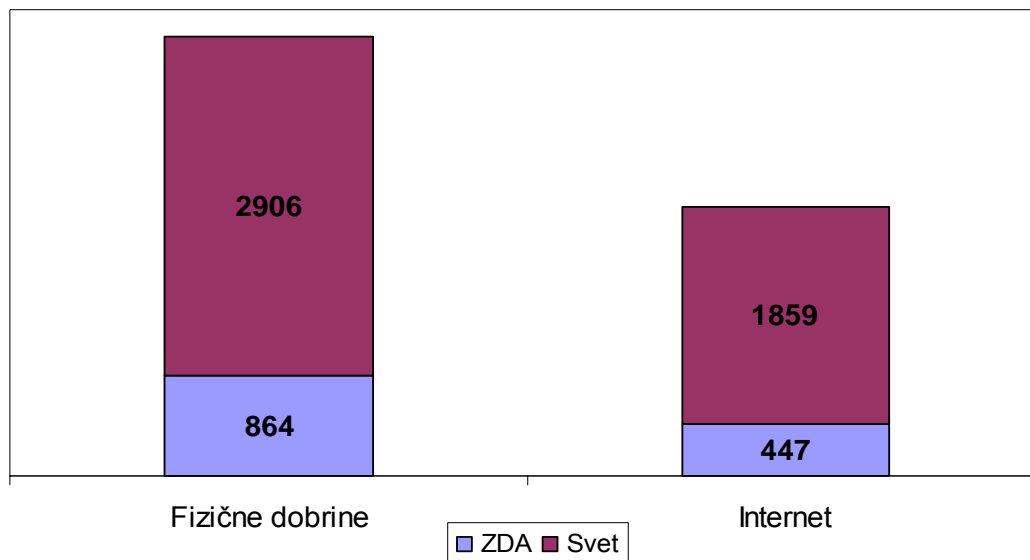
⁴ Izvirno poimenovana Motion Picture Producers and Distributors Association of America (Združenje producentov in distributerjev Amerike).

Dicka je angleški sistem veliko boljši. Ocenjevanje izvaja inštitucija, ki je neodvisna in studii nanjo nimajo vpliva. Poleg tega dajejo večji poudarek na nasilje v filmih in ne toliko na goloto.

4.2. MONOPOL

Veliko kritik pa je na račun ukrepov MPAA v zvezi z avtorskimi pravicami, saj naj bi omejevala legitimno uporabo in bila prestroga pri kaznovanju kršiteljev. MPAA svoje početje upravičuje z upadanjem dobičkov zaradi izmenjave datotek in drugih kršitev avtorskih pravic (Bangeman, 2006). Člani združenja MPAA so največji svetovni studii, ki predstavljajo nekatere svetovne medijske korporacije, zato se med kritiki velikokrat pojavljajo domneve o monopolu. Sporna je tudi podpora nekaterim zaprtim standardom, ki omejujejo konkurenco. Filmi, ki jih distribuirajo studii člani MPAA, so deležni večje popustljivosti pri rangiranju kot pa neodvisni. To ima v končni fazi zelo velik vpliv na uspeh filma, saj mu praktično določa ciljno publiko (Teodorczuk, 2006).

Slika 6: Domnevna škoda, povzročena studiem članom MPAA v letu 2005



Vir: MPA, 2005, str. 2

Kmalu po napadu na strežnik The Pirate Bay je MPAA izdalo sporočilo za javnost, v katerem izjavlja, da je v letu 2005 škoda studiem članom MPAA zaradi piratstva znašala 6,1 milijarde dolarjev, od tega 2,3 milijarde samo zaradi spletnega piratstva. Skupna škoda, povzročena filmskim studiem članom združenja ameriških producentov in distributerjev, je v letu 2005 po njihovih ocenah znašala 6,1 milijarde dolarjev. Od tega je večina, skoraj 3,8 milijarde, povzročena s piratstvom fizičnih dobrin, to je nelegalno prodajo in distribucijo optičnih

diskov ali videokaset. Spletno piratstvo pa predstavlja po njihovem mnenju okrog 2,3 milijarde dolarjev. Sporno je predvsem slednje, saj naj bi bila po mnenju nekaterih kritikov ta škoda pretirana. Pozneje je bilo opravljenih veliko študij, ki so pokazale, da prenesene datoteke s spleta ne moremo enačiti z izgubljeno prodajo. Po njihovih predvidevanjih zelo velik del (1,4 milijarde dolarjev) predstavljajo tudi nelegalne kopije, ki pa so v resnici verjetno le rezervne kopije kupcev za zasebno uporabo. Dodatno zbuja dvom v številke, predstavljene s strani MPAA, tudi narava študije, ki javnosti ni bila nikoli predstavljena (Gross, 2004). Ocenjevanje MPAA metode je torej z empiričnega vidika nemogoče.

5. PIRATSTVO

Hollywoodsko filmsko industrijo so zgradili pobegli pirati. Ustvarjalci in režiserji so se v začetku dvajsetega stoletja preselili z vzhodne obale ZDA v Kalifornijo delno zato, da bi se izognili nadzoru, ki so ga patenti podeljevali izumitelju filma Thomasu Edisonu. Ta nadzor se je izvajal preko monopolnega trusta - Družbe za filmske patente (MPPC) - in je temeljil na ustvarjalni lastnini Thomasa Edisona - na patentih. Edison je ustanovil MPPC za uveljavljanje pravic, ki jih je dobil z ustvarjalno lastnino, MPPC pa je pri nadzoru, ki ga je zahteval, mislil resno. Napsterji tistega časa - neodvisneži - so bili družbe, kakršna je bila Fox, in neodvisnežem se takrat niso zoperstavljali nič manj ostro kot danes. To je neodvisneže pripravilo do tega, da so zbežali z vzhodne obale. Kalifornija je bila dovolj daleč, zunaj Edisonovega dosega, da so filmski ustvarjalci tam lahko piratsko izkoriščali njegove izume brez strahu pred zakonom. In vodilni ljudje hollywoodskega filma so počeli prav to. Rodila se je nova industrija, delno tudi iz piratskega izkoriščanja Edisonove ustvarjalne lastnine (Lessig, 2005, str. 69-70).

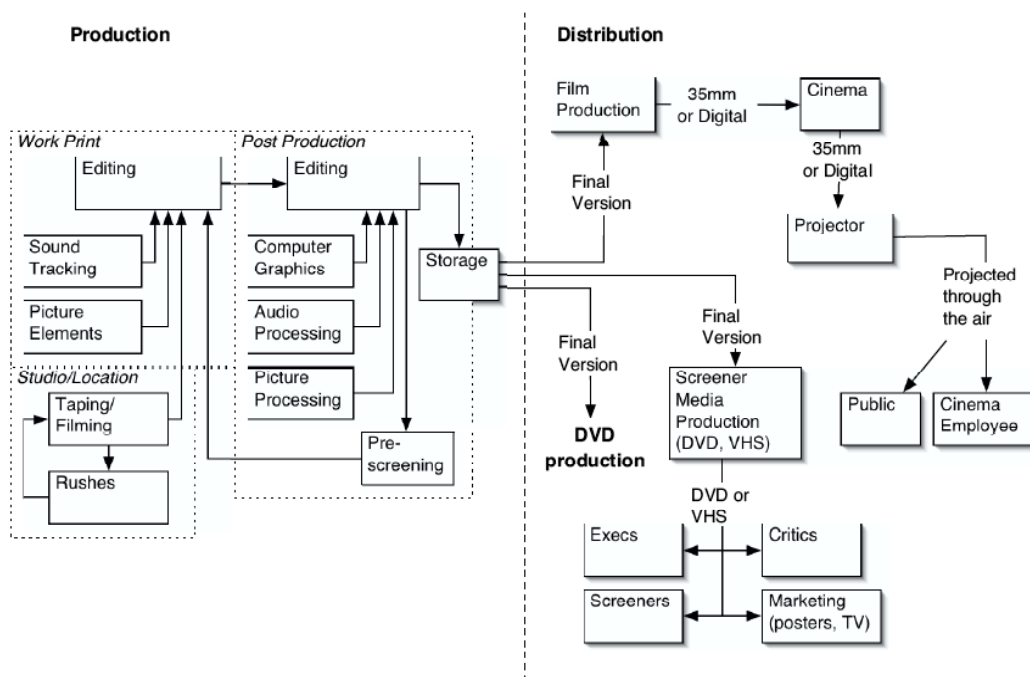
5.1. IZVOR IN VRSTE PIRATSKIH KOPIJ

Nekoč je distribucija nelegalnih kopij filmov potekala predvsem preko videokaset ter kompaktnih diskov (CD), danes pa se predvsem zaradi dostopnosti širokopasovnih povezav ter p2p omrežij distribucija vrši preko svetovnega spleta. Veliko filmov se pojavi na spletu, še preden se začne njihovo prikazovanje v kinodvoranah, kar naj bi posredno vplivalo na obisk kinodvoran in prodajo filmov na DVD nosilcih.

Da bi odkrili vzroke teh pojavov, je bila opravljena študija o dosegljivosti in karakteristikah najnovejših popularnih filmov. V raziskavo je bilo zajetih kar 312 filmov. Ugotovljeno je bilo, da jih je od tega kar 77 % prišlo na splet preko insajderjev, to je ljudi, zaposlenih v filmski industriji, le 5 % filmov pa se je na spletu pojavilo šele potem, ko so bili uradno izdani

na DVD-jih. Iz podatkov lahko sklepamo, da predstavlja kopiranje DVD nosilcev precej manjšo grožnjo kot pa insajderske kraje znotraj same industrije (Byers, 2003, str. 1). Preden se film pojavi v kinodvoranah, so kopije poslane kritikom in sodnikom filmske akademije, z jasnim namenom; propagirati in pridobiti (pozitivne) kritike. Seveda takšen način distribucije precej poslabša varno skrivanje filma pred morebitnimi »bootleg⁵« verzijami. Prav tako imajo dostop do kopij uslužbenci studiev, razmnoževalci filma, potem kinematografi in ne nazadnje publika. Potencialnih virov za krajo je torej veliko.

Slika 7: Proces produkcije in distribucije



Vir: Byers et al., 2003, str. 3

Kraje v filmski industriji lahko razdelimo v dve skupini. V prvo skupino sodijo insajderji, člani procesa produkcije ter zunanji dejavniki (javnost). Med najpogostejše insajderske kraje sodijo: razmnoževanje kopij, namenjenih kritikom, članom filmske akademije ter izdelkov, namenjenih promociji, tako imenovani screener. Naslednji insajderski vir so telesync kopije, posnete iz projekcijske sobe v kinodvoranah, in ne nazadnje še kopije DVD-jev, namenjenih prodaji, ki v trgovinah čakajo na dan izdaje. Ti so tudi najboljše kakovosti in brez raznih zaznamkov.

⁵ Kopija avdio ali video zapisa, ki se širi po nelegalnih kanalih distribucije, preden je original na voljo na tržišču.

Med zunanje oblike kraje (uporabniki) pa lahko štejemo snemanje v kinodvoranah s sedežev, tako imenovani cam⁶. Pri domači uporabi je najbolj razširjeno nedovoljeno kopiranje kupljenih ali izposojenih DVD-jev ter snemanje televizijskih vsebin (Byers et al., 2003, str. 4). Na prvi pogled zunanje oblike reprodukcije predstavljajo večjo nevarnost, saj je število subjektov precej večje in te oblike reprodukcije vsebujejo končno verzijo filma.

Vendar pa se moramo zavedati dveh ključnih aspektov priljubljenosti piratskih filmov: kakovosti in ažurnosti. Tovrstne kopije so lahko pridobljene le iz insajderskih naslovov in nikakor ne od potrošnikov. Te ugotovitve bi morale biti ključnega pomena pri analizi možnih krajev v fazi produkcije. Število teh "lukenj" je zanesljivo majhno v primerjavi s kršitvami, ki se pojavljajo pri uporabnikih. Poleg tega so ljudje, vpleteni v insajderske kraje, po navadi odvisni od imetnika avtorskih pravic (filmski studii), saj gre po navadi za zaposlene v teh podjetjih in tveganje zato ni zanemarljivo.

5.2. OBLIKE FILMSKEGA PIRATSTVA

Boj glede avtorskih pravic za film se začne že na začetku, pri sami ideji za film. Takrat posamezniki (angleško: Cyber squatters) registrirajo več različnih spletnih domen, ki bi lahko bile potencialni spletni naslovi za določen film in jih potem poskušajo prodati producentom (Shapiro, 2007). Piratstvo v filmski industriji lahko razdelimo na komercialno piratstvo, med katerega sodi nelegalno kopiranje in prodaja VHS kaset oziroma v zadnjem času bolj razširjenih DVD-jev ter internetno piratstvo, ki predstavlja nelegalno nalaganje (angleško: Download) in distribucijo spletnih datotek. Primarni vir piratskih filmov so dobavitelji (angleško: Suppliers), ki bodisi nelegalno posnamejo film v kinodvorani ali pa gre za zaposlene v filmski industriji, ki kopijo ukradejo v produkcijskem procesu filma. Ti potem kopijo prodajo ponarejevalcem (angleško: Replicators), ki v zelo kratkem času ustvarijo na tisoče fizičnih ponaredkov za prodajo, in pa skupinam ali posameznikom (angleško: Release groups), ki predstavljajo primarni vir internetnih kopij. Ti predstavljajo tudi vrh piramide spletnega piratstva, saj lansirajo datoteke na zmogljive strežnike s hitro povezavo, imenovane topsites. Od tu se film hitro razširi med končne uporabnike (angleško: File sharers), ki s pomočjo P2P programov distribuirajo datoteke naprej in tako poskrbijo za širjenje »piramide« (MPAA, 2005, str. 3).

⁶ Podobno kot telesync, le da gre po navadi za slabše izdelke.

5.3. KOMERCIALNO PIRATSTVO

Piratstvo avtorsko zaščitenega gradiva obstaja in to v velikem obsegu. To piratstvo ima mnogo oblik; najpomembnejše je komercialno piratstvo, nedovoljeno jemanje vsebine drugih v komercialne namene. Kljub mnogim razlagam, ki ga zagovarjajo, je takšno jemanje napačno. Nihče ga ne sme opravičevati, zakon ga mora ustaviti (Lessig, 2005, str. 79). S kopiranjem filma na prenosni medij, bodisi optični disk ali VHS kaseto, dobi digitalni oziroma analogni zapis novo, to je fizično komponento. Pri materialnem piratstvu gre v večini primerov za posameznike ali skupine, ki se z nepooblaščno distribucijo in prodajo filmov na fizičnih nosilcih materialno okoriščajo. Po podatkih MPAA nastaja največja škoda prav pri tovrstnem piratstvu. Po ocenah iz leta 2006 znaša škoda, povzročena z materialnim oziroma komercialnim piratstvom (angleško: hard piracy), za katerim po navadi stoji organiziran kriminal, 2,4 milijarde ameriških dolarjev. Porast tovrstnega piratstva se začne s pojavom VHS kaset, ki filme približa uporabniku in pomeni začetek tako imenovanega domačega videa (angleško: Home video). V nadaljevanju sta podrobneje predstavljena medija, ki pomenita začetek nove dobe v kršenju avtorskih pravic.

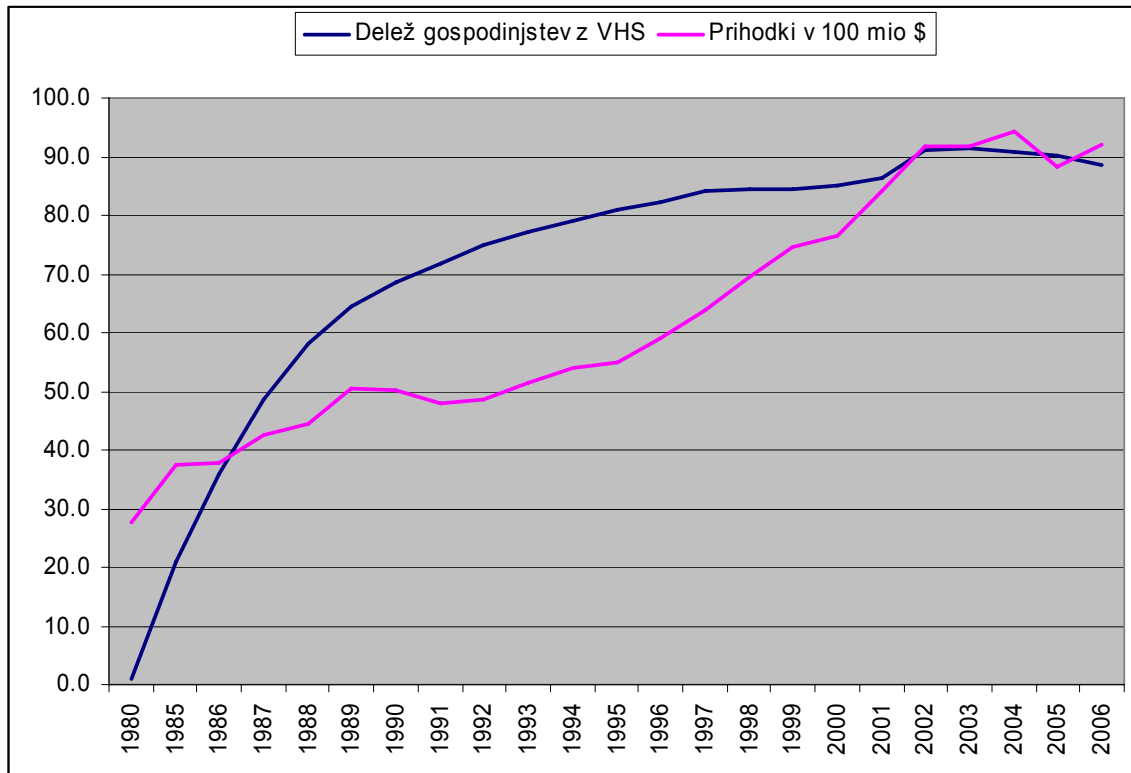
5.3.1. Pojav videorekorderjev

V zadnjih letih se je MPAA osredotočila na centre oziroma "laboratorije", ki so nastali z namenom ustvarjanja in distribucije piratskih VHS kopij. Ta središča so sposobna vsako leto nelegalno ustvariti na sto tisoče kopij, ki jih potem distribuirajo boljšim trgovinam in uličnim prodajalcem. Piratska kopija je po navadi pakirana v ponarejenih škatlah z ovitki, ki se na pogled ne razlikujejo od originalnih (MPAA, 2007).

Vzpon videorekorderjev (angleško: VCR) se začne v osemdesetih in do devetdesetih postane standardni format za snemanje in gledanje videovsebin. Prvi komercialni VHS predvajalnik je bil Sonyjev model U-matic, ki je bil predstavljen leta 1971. Ta je s svojo preprosto uporabo hitro zasenčil ostale predvajalnike. Zaradi za takratne čase zelo visoke cene (1.395 dolarjev) se predvajalnik ni množično razširil⁷ po gospodinjstvih in je večino uporabnikov našel med podjetji, šolami in televizijskimi hišami (Totalrewind, 2007).

⁷ Prvo leto je bilo prodanih le okrog 15.000 izdelkov.

Slika 8: Delež gospodinjstev z VHS predvajalniki ter prihodki filmske industrije v ZDA v 100 milijonih dolarjev



Vir: MPA, 2006a, str. 26

V začetku 80-ih so filmska podjetja v ZDA s tožbami poskušala zatreti uporabo videorekorderjev za domače uporabnike na podlagi očitka o kršenju avtorskih pravic. V primeru, znan tudi kot primer Betamax, je sodišče razsodilo, da izdelovanje kopij televizijskih oddaj na VHS kasete za osebno uporabo ne pomeni kršenja avtorskih pravic, ampak sodi med pošteno rabo⁸ (angleško: fair use). Poleg tega je sodišče odločilo, da izdelovalci naprav niso odgovorni za morebitne kršitve (Balio, 2007). Filmski studii so v letih, ki so sledila, prišli do spoznanja, da predstavlja distribucija filmov na VHS kasetah, kar se tiče prihodka, velik potencial.

Iz grafa lahko vidimo strm vzpon deleža gospodinjstev z videorekorderji v ZDA med leti 1980 in 1990. V istem obdobju je bila rast prihodkov filmskih studiev prav tako precej visoka in iz danega lahko sklepamo, da pojav domačega videa ni imel negativnega vpliva na obiskanost kinematografov, ampak prav nasprotno. Negativno tendenco, ki bi lahko bila posledica velike razširjenosti videorekorderjev, je mogoče zaslediti le v letu 1991. Tega leta

⁸ Eden osrednjih pojmov ameriškega avtorskega prava. Pomeni tiste načine uporabe avtorskega dela, za katera uporabnik ne potrebuje dovoljenja avtorja in ne predstavljajo kršitve avtorske pravice. Pri nas poznamo »vsebinske omejitve avtorske pravice«.

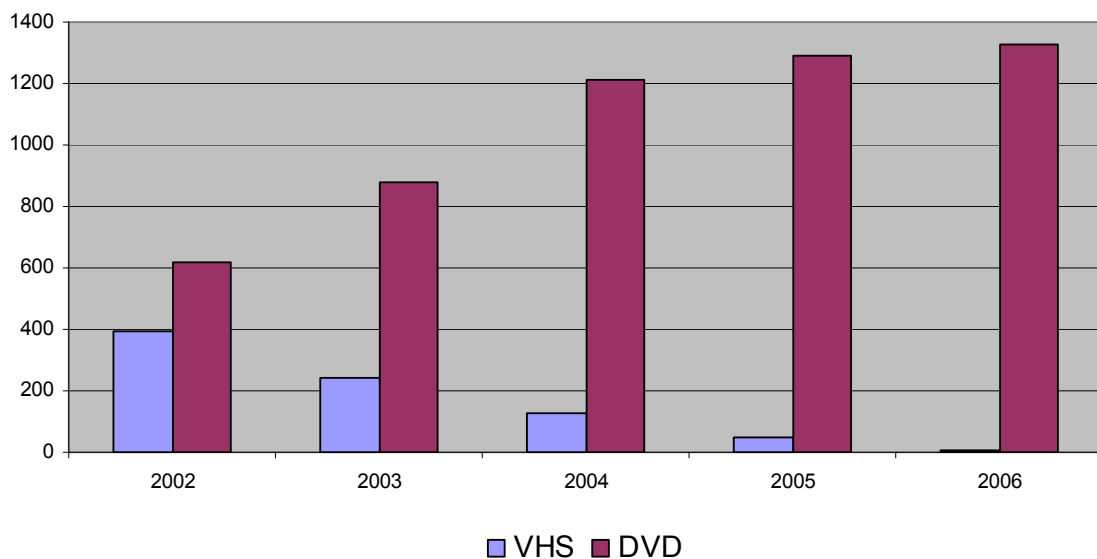
ima že kar 72 odstotkov vseh gospodinjstev s televizorji tudi videorekorder, prihodek filmskih studiev pa pade na 48 milijonov dolarjev. V naslednjih letih pa se nadaljuje pozitiven trend prihodkov iz prodaje vstopnic, tako da gre negativen odmik v letu 1991 verjetno pripisati nekim drugim dejavnikom.

V poznih devetdesetih in začetku 21. stoletja je DVD format počasi prevzel vlogo najpopularnejšega formata za gledanje ali snemanje videovsebin. S padcem cen DVD predvajalnikov je leta 2003 prvič število izposojenih DVD-jev preseglo VHS. Do danes je večina podjetij prenehala s proizvodnjo videorekorderjev.

5.3.2. Optični disk

Med prve oblike optičnih diskov sodijo kompaktni avdiodiski, ki so se pojavili na trgu leta 1982. Pozneje se kompaktni disk zaradi svojih lastnosti začne uporabljati tudi kot videonosilec ter za shranjevanje vseh vrst podatkov.

Slika 9: Število izposojenih in prodanih DVD-jev in VHS kaset v ZDA v milijonih enot v letih 2002 do 2006



Vir: MPA, 2006c, str. 28

Prednost kompaktnega diska pred drugimi mediji je predvsem v digitalnem zapisu in s tem večji kakovosti zapisa, ter majhnosti. Leta 2007 je bilo po svetu prodanih kar 200 milijard enot (Riemenschneider, 2008, str. 1). Leta 1995 pa se pojavi nov nosilec za podatkovne zapise, in sicer video-DVD. Čeprav je po videzu enak predhodniku, pa njegova kapaciteta za več kot šestkrat presega tisto od kompaktnega diska.

Iz zgornjega grafa je razvidna rast števila prodanih in izposojenih filmov na DVD nosilcih, medtem ko prodaja in izposoja VHS kaset močno upada in znaša v letu 2006 le še

zanemarljivih 7,4 milijonov enot. Čeprav je večina zaplenjenih fizičnih kopij narejenih na naprednejših kopirnih linijah, nizka cena praznih kompaktnih diskov in strojne opreme za njihovo kopiranje vedno bolj pripomore k porastu manjših piratskih centrov. Ti kopije prodajajo preko spletnih strani, spletnih dražb, elektronske pošte, ulične prodaje in boljših trgov po vsem svetu. Leta 2005 je preiskovalcem MPA v sodelovanju z organi pregona uspelo zaseči kar 81 milijonov kopij, kar je 8 odstotkov več kot leto prej. Od tega je bilo 61 milijonov kopij originalov oziroma replik, ter 20 milijonov surovih podatkovnih diskov s filmsko vsebino (MPAA, 2007).

5.4. DIGITALNO IN SPLETNO PIRATSTVO

Preostanek od skupnih 6,1 milijarde dolarjev pa predstavlja digitalno, nekomercialno piratstvo (angleško: soft piracy), ki vključuje nelegalno kopiranje in pretakanje preko P2P povezav. Po ocenah MPAA je kar 1,4 milijarde dolarjev izgube povzročene z nelegalnim kopiranjem, ki ga po njihovem mnenju predstavlja ustvarjanje kopij za lastno uporabo ali izposojanje kopij originalnih, bodisi DVD-jev ali VHS kaset od znancev. Med škodo, povzročeno s piratstvom, je torej vključeno tudi osebno, nekomercialno ustvarjanje varnostnih kopij in transformacije formata z namenom uporabe na različnih platformah (računalnik, prenosni predvajalnik). Še zlasti zanimive so njihove navedbe, da je kar 62 odstotkov tovrstnega piratstva povzročena zunaj ZDA, saj so ZDA ena redkih držav, kjer je zakonsko prepovedano dekodiranje zaščit na DVD-jih. Tako lahko sklepamo, da je velik del škode zaradi kopiranja povzročen v državah, ki tovrstne dejavnosti niti ne prepovedujejo. Kar velika večina smatra za pravico do poštene uporabe, je s strani MPAA smatrano kot piratstvo (Fisher, 2006).

5.4.1. Vpliv digitalizacije na piratstvo

Digitalizacija je, poenostavljeno rečeno, pretvorba informacij v digitalni zapis, to je zapis v obliki znakov oziroma številčk. Informacije se shranijo v datotekah, ki so sestavljene iz znakov (angleško: byte), ti pa zopet iz bitov, ki jih je praviloma osem. Digitalizacija je eden najpomembnejših dosežkov novejšega časa. Pomeni skupni imenovalec, ki bo prej ali slej pripeljal tudi do enotnega nosilca (medija) informacij. Avdiokaseta, gramofonska plošča, CD, videokaseta, računalniška disketa in drugi nosilci se bodo združili v enega samega. Nadaljnja posledica je hitro združevanje treh pomembnih industrij: kabelske, računalniške in telefonske. Eden prvih rezultatov je internet, s katerim je svet vedno bolj povezan. Digitalizacija lahko zajame vse vrste informacij, tudi avtorska dela. S tem pa je tudi avtorsko pravo postavljeno pred velik izziv, kot se je že večkrat dogajalo v zgodovini. Značilnosti nove tehnologije se odražajo zlasti pri naslednjih oblikah uporabe avtorskih del (Trampuž, 2000, str. 148):

1. Reproduciranje: digitalno kopiranje je hitro, preprosto in kakovostno. Neštetokrat

ponovljena kopija bo enako kakovostna kot prva. Reproduciranje je mogoče z enega nosilca na drugega, nadalje v neko digitalno omrežje (angleško: up-load) ali z omrežja na poseben nosilec (angleško: down-load).

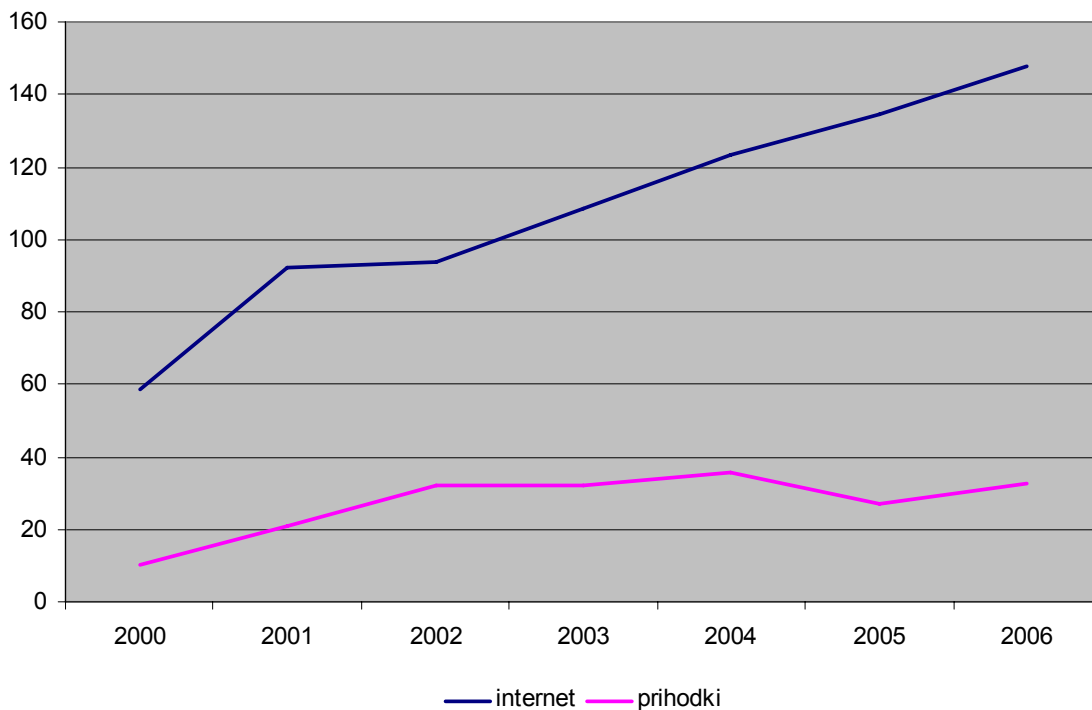
2. Hranjenje: digitalizacija omogoča hrambo ogromnih količin podatkov na majhnem prostoru.
3. Manipulacije: z digitalizacijo se najrazličnejše kategorije avtorskih del pretvorijo na skupni numerični imenovalec. V takšnem stanju je ta dela možno predelovati, kombinirati, združevati, skratka z njimi v nedogled manipulirati ter jih nato z novim imenom in v drugi obliki na novo izkoriščati.
4. Transport: digitalizirana avtorska dela je mogoče s pomočjo kabelskih omrežij poljubno, hitro in poceni prenesti na kateri koli konec sveta. Nadaljnja značilnost tega transporta je njegova interaktivnost: naslovnik ni samo pasivni sprejemnik nekega avtorskega dela, ampak lahko v to poseže aktivno.

Odzivi avtorskopravne stroke na te pojave so različni: od strahu zaradi nezmožnosti avtorskega prava, da v teh novih položajih ustrezno varuje avtorje, do ugotovitev, da je mogoče z obstoječimi pravnimi mehanizmi zadeve obvladati. V bistvu pa se je treba zavedati, da je avtorsko pravo v zgodovini že preživelo takšne tehnološke viharje. Zgodovina avtorskega prava je zgodovina njegovega prilagajanja novemu razvoju.

5.4.2. Spletno piratstvo

Danes smo sredi nove vojne proti piratstvu. To vojno je sprožil internet, ki omogoča učinkovito širjenje vsebin. Izmenjava datotek P2P preko interneta omogoča preprosto distribucijo vsebine na način, ki si ga prejšnja generacija ni mogla niti predstavljati.

Slika 10: Odstotne spremembe internetnih priključkov po gospodinjstvih in prihodkov filmskih studiev v ZDA po letih, glede na leto 1998.



Vir: US Census Bureau, MPA, 2007

Ta učinkovitost ne upošteva tradicionalnih razmejitev avtorske pravice. Omrežje ne razlikuje med izmenjavo vsebin, ki so avtorsko varovane, in tistimi, ki niso. Tako se je izmenjala ogromna količina avtorsko varovane vsebine. Iz grafa je razvidno strmo naraščanje internetnih priključkov med ameriškimi gospodinjstvi vse od leta 2000 naprej. Če pogledamo graf, vidimo, da je bila rast prihodka iz naslova prodaje kinovstopnic precej visoka v letih od 2000 do 2002, kateri sledi minimalna rast in potem celo upad v letu 2005. Med dejavnike stagnacije lahko zanesljivo štejemo tudi internet oziroma širokopasovne povezave, ki so z 9,1-odstotne pokritosti gospodinjstev v letu 2001 poskočile na 50,2 odstotkov v letu 2005.

Vendar pa tu ne smemo zanemariti še enega zelo pomembnega dejavnika, in sicer učinkovitosti hollywoodske produkcije, ki pa je odvisna od kakovosti oziroma atraktivnosti filmov, ki se tam predvajajo. Najbolj obiskani filmski hiti (angleško: Blockbusters) prinašajo studiem največ prihodka in lahko na njihovo število gledamo kot kazalec uspešnosti filmske produkcije. Če gledamo na prihodke s tega vidika, je bilo po podatkih spletnega portala Box

office mojo leta 2003 29 filmov, ki so prinesli več kot 100 milijonov dolarjev, na samem vrhu pa Gospodar prstanov: Kraljeva vrnitev s 377 milijoni dolarjev. Naslednje leto je bilo 24 megauspešnic, absolutni zmagovalec pa Shrek 2, ki je prinesel kar 441 milijonov dolarjev. Leto 2005 pa je bilo z vidika prihodkov manj uspešno. Bilanca za to leto je le 19 uspešnic, načelu z Vojno zvezd s 380 milijoni dolarjev prihodka (Box office mojo, 2007). Razviden je precejšnji vpad števila filmskih hitov, ki so glavni razlog za visoko prodajo vstopnic in posledično višje prihodke.

5.4.3. Fenomen p2p

Tehnološka logika omrežja enakovrednih računalnikov se izmika logiki hierarhičnega odnosa med računalnikom-strežnikom in računalnikom-uporabnikom, saj dovoljuje, da se vsak računalnik poveže z vsakim računalnikom, ki je del iste mreže (to pa upravlja v ta namen razvita programska oprema), ne da bi prešel kakršno koli središče. Gre namreč za opremo, ki je nastala neodvisno od sistemov za souporabo dokumentov (kakršen je, na primer, Napster).

Tabela 2: Število razpoložljivih datotek in število pretokov za posamezne bitorrent strani oktobra 2004:

Stran	Št. datotek	Št. Pretokov
Suprnova.org	46,766	2,267,463
Youceff.com	47,137	1,145,889
Piratebay.org	39,249	749,133
Lokitorrent.com	30,957	816,435

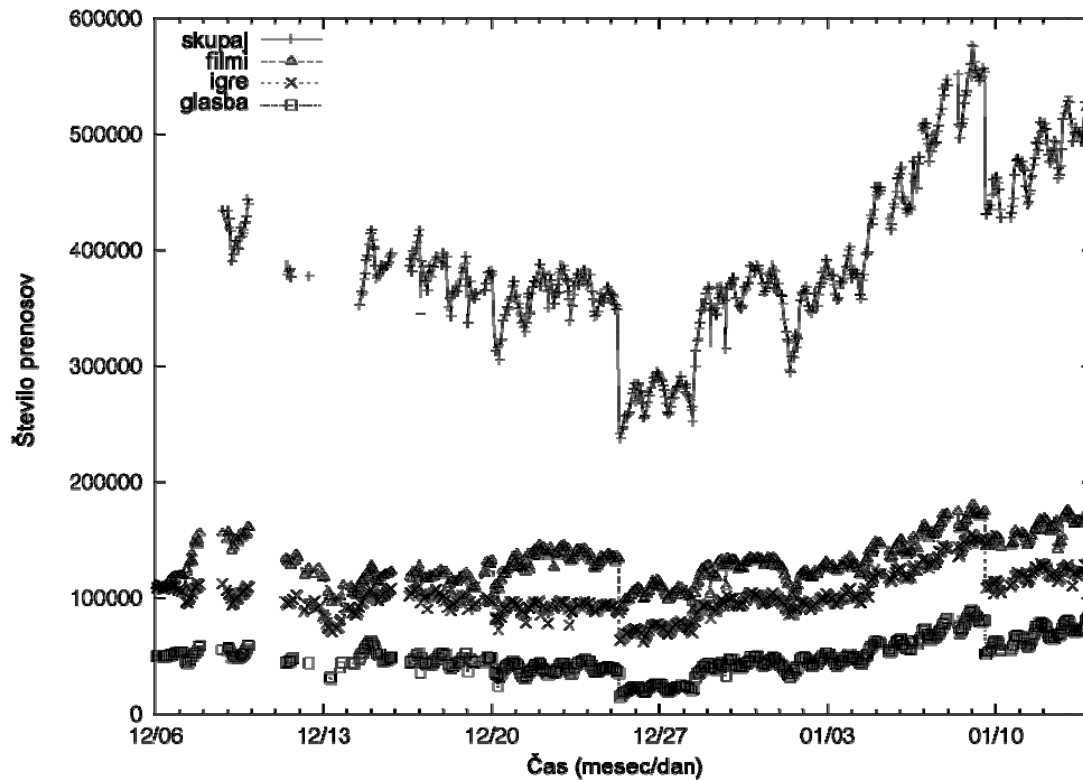
VIR: Pouwelse et al., 2004, str. 2

Omrežje p2p so razvili hekerji, ki so hoteli ustvariti horizontalne in demokratične mreže, zaščitene pred cenzurami in političnim nadzorom kot tudi pred tržnimi manipulacijami. Za tovrstno omrežje se zanimajo tudi raziskovalci in znanstveniki, ki v njem vidijo zgled za novo stopnjo razvoja medmrežja, ko njegov namen ne bi bil več »objavljanje« besedil, zvokov in podob na spletu, temveč souporaba gradiv na tisočih računalnikih, povezanih v povsem nehierarhičnih, horizontalnih omrežjih (Formenti, 2005, str. 20). Vse te značilnosti p2p omrežij pa so omogočale nekakšno nedotakljivost tudi s pravnega vidika. Leta 2003 je tako sodišče v Los Angelesu razsodilo, da Grockster in Morpheus nista odgovorna za kršitve avtorskih pravic njihovih uporabnikov, saj zaradi decentriranega delovanja omrežji nimata tehnoloških vzvodov, s katerimi bi lahko takšne vrste izmenjavo preprečili. Po Napsterju⁹, ki

⁹ Izmenjava preko Napsterja je potekala na centraliziran način, to je preko centralnega strežnika. Ta način izmenjave je upraviteljem omogočal nadzor nad uporabniki in s tem pravno odgovornost za njihovo početje in morebitna kršenja.

je bil zaradi razsoditve sodišča ukinjen leta 2001, je število p2p omrežij in število njihovih uporabnikov zelo naraslo.

Slika 11: Število prenosov po vrstah datotek preko bitorenta Suprnova za obdobje december 2003-januar 2004



Vir: Pouwelse et al., 2004, str. 4

Po podatkih spletnega portala Big Champagne se je število prijavljenih uporabnikov p2p omrežij v letih 2003 do 2005 podvojilo. Septembra 2003 je povprečno število prijavljenih uporabnikov znašalo 4.319.182, dve leti pozneje pa že 9.284.558. Povprečna velikost datotek, ki se pretakajo po p2p omrežjih, pa se je v tem času podvojila (Aughton, 2005). Nekatera omrežja (Kazaa, Grockster, Morpheus) so poskušala z večanjem števila uporabnikov, ki bi jim pozneje prodajala plačljive storitve, predvsem pridobiti oglase. Druga omrežja (na primer Gnutella) pa so v tej vrsti izmenjavi videla boj proti monopolistični in neliberalni zakonodaji oziroma kulturni industriji.

5.5. TELEVIZIJA IN PIRATSTVO

Tudi kabelska televizija se je rodila iz neke vrste piratstva. Ko so kabelski operaterji leta 1948 začeli napeljevati kabelsko televizijo v naselja, so večinoma zavrnili plačila postajam - ki so oddajale program - za vsebino, ki so jo posredovali svojim uporabnikom. Tudi takrat, ko so kabelska podjetja začela prodajati dostop do televizijskega oddajanja, so zavrnili plačilo tega, kar so prodajala. Kabelska podjetja so tako razširjala vsebino televizij na enak način kot Napster, na še bolj nezaslišan način. Napster ni nikoli zaračunal vsebine, ki jo je omogočil oddajati drugim. Imetniki avtorskih pravic so kabelska podjetja spravili na sodišče. Vrhovno sodišče je dvakrat odločilo, da kabelska podjetja imetnikom avtorskih pravic ne dolgujejo ničesar. Kongres je potreboval kar trideset let, preden je razrešil vprašanje, ali morajo kabelska podjetja plačati za vsebino, ki so jo »piratsko izkoriščala«. Končna odločitev je bila, da morajo kabelska podjetja plačati za vsebino, cene pa ne določi imetnik avtorske pravice, ampak je bila določena z zakonom. Kabelska podjetja so tako delno zgradila svoj imperij s »piratskim izkoriščanjem« vrednosti, ki jo je ustvarila vsebina izdajateljev programa (Lessig, 2005, str. 76).

5.5.1. Digitalna doba kot nova grožnja televiziji

Televizijo je že v osemdesetih ogrozil prihod videorekorderjev, proti katerim so se neuspešno borili¹⁰, in s podobnimi izzivi, le da v drugi, digitalni dobi, se srečuje televizija tudi danes. Televizija se namreč tudi spopada z grožnjo »napsterizacije« vsebin. Sprožile so jih storitve nekaterih podjetji, kot sta TiVo in Sonicblue, ki proizvajajo digitalne rekorderje. Ti uporabniku ponujajo možnost, da na trdi disk shrani do 30 ur oddaj in tako spet vzpostavi nadzor nad televizijskim medijem. Bolj kot same »kraje« televizijskega signala, se televizije bojijo izgube nadzora nad gledalci. Nič več namreč ni hierarhije oddaj (vsakdo lahko gleda, kar in kadar hoče), ni več oglasov in končno je mogoče preko interneta shranjene datoteke tudi izmenjati. Te naprave bi lahko na ta način televizijskim mrežam izmaknile njihov najdragocenejši vir, to je nadzor nad potrošniki.

Koalicija velikih korporacij televizijske industrije (Disney, Time Warner in 20th Century Fox) je zato tožila Sonicblue. Trdila je, da prodaja naprave, ki odpravljajo oglasna sporočila, enako kot »kraja televizijskih programov« in izmenjava avtorsko zaščitene datoteke mp3, enako kot kraja glasbe (Formenti, 2005, str. 29-30). Izdelovalci tovrstne tehnologije obtožujejo imetnike avtorskih pravic kršenja pravice uporabnikov do poštene rabe in zagotavljajo, da sistem ne bo omogočal te vrste izmenjave. Hkrati pa razvija TiVo nove tehnologije, s katerimi bo mogoče posnete vsebine prenesti na preostale naprave za ogled videovsebin (računalnik, predvajalnik itd.). Vse naprave pa bi morale biti registrirane pri TiVo, sicer prenos na te naprave ne bi bil mogoč. S tem bi se onemogočila nelegalna izmenjava med uporabniki. Vendar pa MPAA

¹⁰ V poglavju pojav videorekorderjev omenjeni Betamax case.

takšni izmenjav nasprotuje, saj naj bi po njihovem mnenju povzročila izmenjavo med več nepovezanimi uporabniki. Imetniki avtorskih pravic naj bi se tudi zavzeli za spremembo zakona o pošteni rabi, ki razvijalce novih tehnologij razbremeni odgovornosti za morebitno kršenje avtorskih pravic s strani uporabnikov (Krim, 2004, str. 1).

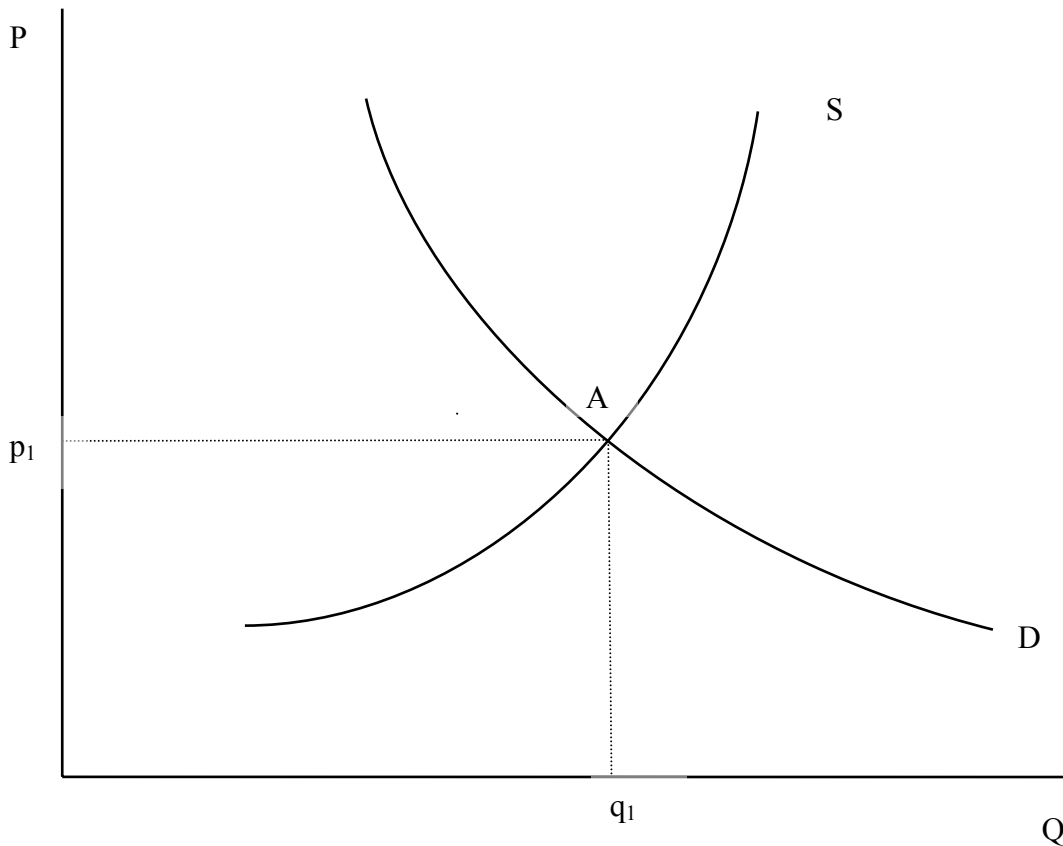
6. ŠKODA, KI JO PIRATSTVO POVZROČA FILMSKI INDUSTRIJI

Najprej moram opozoriti, da teorija, ki sledi, temelji na opredelitvi piratstva, kot ga pojmuje ameriška zakonodaja, na čelu z zakonom DMCA. Za primer je vzeto nekomercialno piratstvo, torej prenašanje datotek preko spleta za osebno rabo. Piratstvo v tem primeru ne predstavlja redistribucije končnih izdelkov (filmov), ampak predstavlja produkcijo dodatnih kopij. Ta dejstva nam morajo biti jasna, preden začnemo analizo vpliva nekomercialnega piratstva na mikroekonomski ravni. Ekonomsko lahko pojav piratstva na trgu prikažemo kot pojav skoraj popolnega substituta obstoječi filmski ponudbi. Skoraj popolnega substituta zato, ker oba izdelka ponujata enako vsebino, razlikujeta pa se v kakovosti, tveganju za pravne posledice, dodatkih itd. Oba imata svoji neodvisni funkciji ponudbe, povpraševanja in razmerje med temi funkcijami pa nam razkrije pravi učinek piratstva.

6.1. TRG LEGALNIH FILMOV BREZ VPLIVA PIRATSTVA

Da bi boljše razumeli vpliv piratstva na filmsko industrijo, je najboljšo, da prikažemo najprej posamezne trge; trg legalnih filmov in trg piratskih filmov ter pozneje vpliv trga piratskih filmov na legalno ponudbo. Za trg dobrin, zaščiteneh z avtorskimi pravicami, veljajo vse značilnosti trga monopola. Ponudba filmov je naraščajoča funkcija cene in količine filmov, povpraševanje po filmih pa padajoča funkcija cene in količine. Ceno določi monopolist, v našem primeru filmski studio, tam, kjer se mejni stroški izenačijo z mejnimi prihodki. Ravnotežje se vzpostavi pri ceni p_1 in količini q_1 , kjer sta ponudba in povpraševanje enaka.

Slika 12: Ponudba in povpraševanje na filmskem trgu



6.2. POJAV PIRATSKIH FILMOV

6.2.1. Cena piratske kopije

Eden glavnih dejavnikov razmaha nelegalne distribucije filmov preko medmrežja je prav cena te dobrine. O točni ceni piratske kopije bi seveda težko govorili, saj gre za približno oceno, ki se od uporabnika do uporabnika razlikuje. Kar lahko zagotovo trdimo, je le, da je ta cena zelo blizu 0. Piratske kopije, ki se pretakajo po medmrežju, namreč niso zastonj, kot bi človek na prvi pogled pričakoval. Dejavniki, ki določajo ceno piratski kopiji:

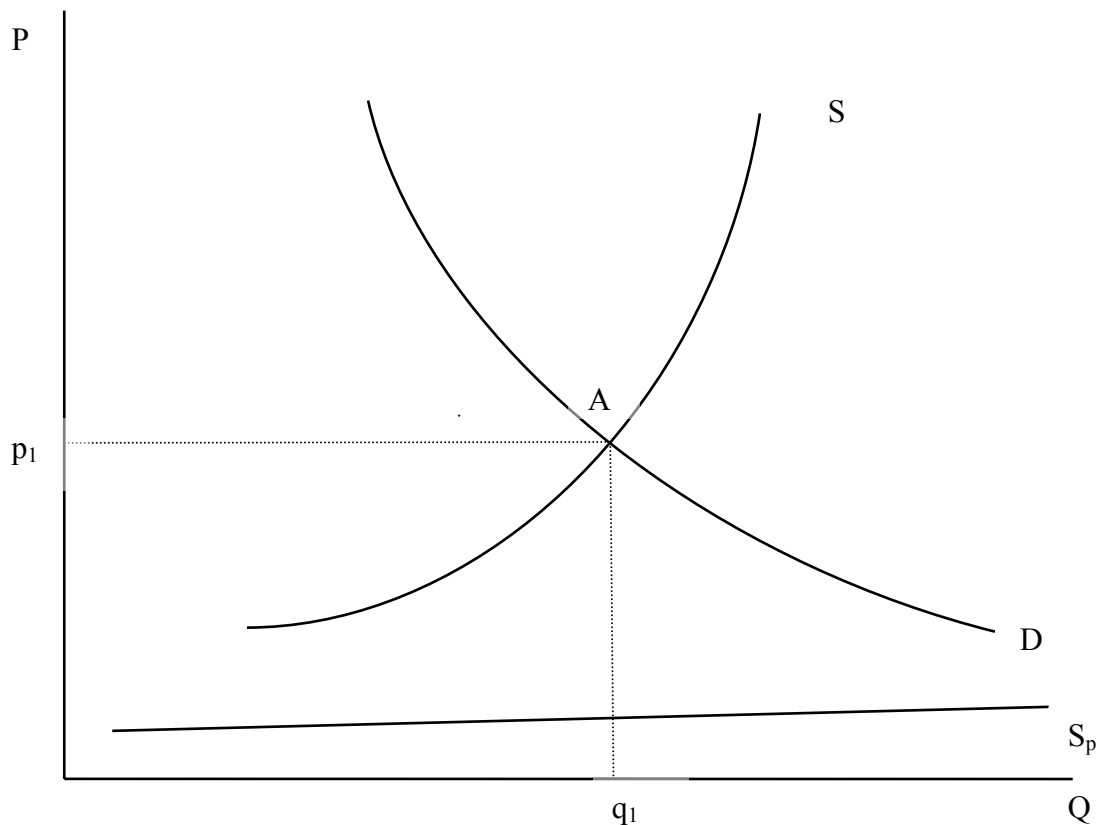
1. Internet naročnina - vsak uporabnik, ki želi uporabljati internet in pretakati njegove vsebine, mora biti povezan. Internetno povezavo ponujajo ponudniki internetnih storitev, ki za dodelitev uporabniškega imena in gesla zaračunajo mesečno naročnino. Ta je odvisna od hitrosti povezave.

2. Čas - za pretakanje filmov iz medmrežja sta poleg ustrezne povezave potrebna tudi čas in potrpljenje. Čas je relativna dobrina in med uporabniki se njegova vrednost precej razlikuje. Največ časa je potrebno, da željeni film na spletu izbrskamo. Najtežje je dobiti najnovejše hite, ki še niso bili izdani na DVD-jih ter filme starejšega datuma.
3. Tveganje - pretakanje piratskih filmov in glasbe z medmrežja je kaznivo dejanje. Dejavnik tveganja se bolj kot med uporabniki razlikuje med različnimi državami. Najboljšo zakonodajo, ki ureja avtorsko pravo, imajo razvite države, medtem ko imajo države v razvoju te vrste zakonodajo, kaj šele nadzor, zelo slabo razvito. Dejavnik tveganja bi lahko definirali kot kazen, ki se kaže kot določena cena, ki jo mora kršitelj plačati, ter z možnostjo, da bo kršitelj zaradi kršenja zakona sankcioniran. Poleg zakonodaje je zelo pomemben tudi nadzor.
4. Ustrezna strojna oprema - za uporabo interneta potrebujemo ustrezno strojno opremo - osebni računalnik. Delež strojne opreme v ceni piratske kopije lahko preprosto definiramo kot neke vrste amortizacijo. Upam si trditi, da dejavnik strojne opreme najmanj odstopa med uporabniki, saj se cene računalnikov globalno gledano veliko ne razlikujejo.
5. Izguba kakovosti - gre za dejavnik, ki ni neposredni strošek, vendar vseeno pomembno vpliva na ceno piratske kopije. Večina piratskih filmov ni kopija originala, ampak je pretvorjena kopija originala. V želji po zmanjšanju velikosti originala datoteke namreč filmski pirati s pomočjo raznih kodekov pretvorijo original v nekajkrat manjšo datoteko. S tem je omogočen hitrejši pretok po medmrežju, vendar pa je takšna kopija precej slabše kakovosti tako v sliki kot tudi v avdiozapisu.

6.2.2. Pojav piratstva na filmskem trgu

S pojavom piratskih filmov se stvari močno spremenijo. Dejstvo je, da predstavlja piratski film skoraj popolni substitut, po ceni, ki je skoraj enaka 0. Kot vidimo iz grafa, je funkcija ponudbe piratskih filmov skoraj povsem elastična funkcija cene in količine malo nad ceno 0. Povpraševanje po piratskih filmih pa je padajoča funkcija cene in količine. Če primerjamo oba trga, lahko pri določeni ceni, na primer, izbiramo med legalno kopijo ali nelegalno kopijo. Razlika v ceni, ki nastane na trgu, nam prikaže, kolikšno ceno je kupec pripravljen plačati za legalno kopijo. Povpraševanje in ponudba se po posameznih državah razlikujeta, odvisna sta predvsem od kontrole oziroma legalnih sankcij proti piratstvu.

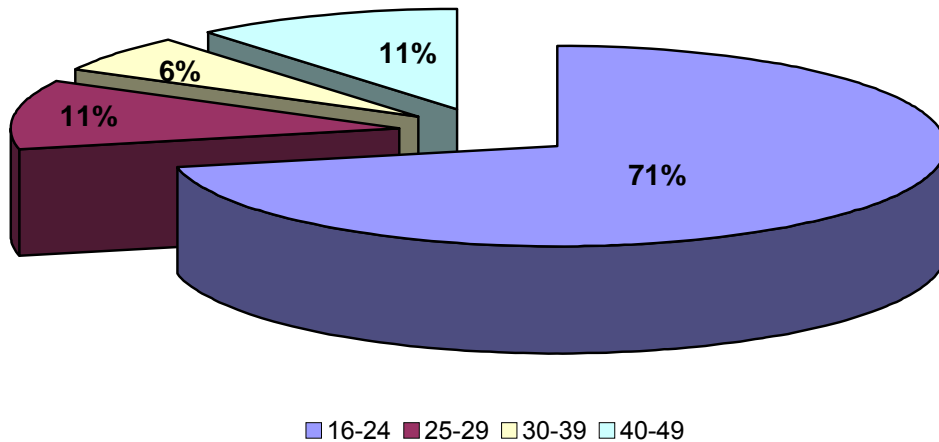
Slika 13: Ponudba in povpraševanje na trgu filmov ter ponudba piratskih kopij



6.2.3. Vpliv piratstva na filmski trg

Pojav piratstva na povpraševanje po legalnih filmih se kaže v dveh razsežnostih. Kot prvo se krivulja premakne desno navzdol, saj pomeni pojav piratskih filmov znižanje povpraševanja, ker se nekateri kupci raje odločijo za nakup oziroma "download" piratskih filmov. To pa ni edini učinek, ki nastane. Zaradi pojava substituta se spremenijo tudi preference kupcev. Krivuljo povpraševanja lahko razdelimo na dva dela; levo stran, ki jo po večini predstavljajo starejši kupci z večjo kupno močjo, in desno stran, ki jo predstavljajo mlajši kupci z nižjo kupno močjo.

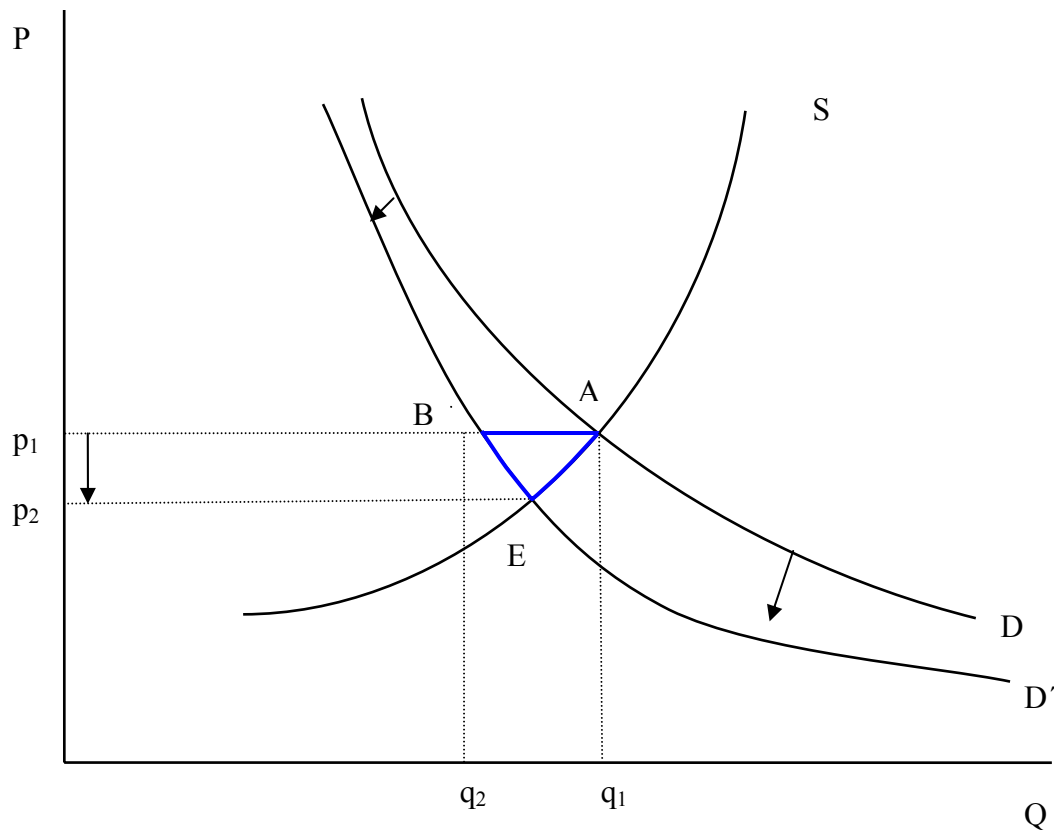
Slika 14: Odstotna porazdelitev internetnih piratov po starosti v letih



Vir: MPA, 2005, str. 2

Kot vidimo, je večina internetnih piratov pripadnikov mlajše generacije, starosti od 16 do 24 let, za katere je značilna majhna kupna moč in visoka računalniška pismenost, ki je ne nazadnje do določene mere potrebna za nelegalno pretakanje piratskih kopij preko spleta. Vprašanje, ki se na tem mestu postavlja, je tudi, koliko od teh spletnih piratov bi se v primeru, če piratske kopije ne bi bile dosegljive na spletu, odločilo za nakup legalne kopije. Zaradi omenjenih značilnosti lahko sklepamo, da so mlajši kupci na trgu legalnih filmov veliko bolj cenovno občutljivi, kar pomeni povečanje elastičnosti povpraševanja. Desna stran krivulje povpraševanja postane nekoliko položnejša. Sprememba v ceni povzroči večje spremembe v povpraševanju, kot je bilo to značilno za trg pred pojavom piratstva. Levi del krivulje ostaja približno enakega naklona in tudi odmik krivulje je nekoliko manjši kot v njenem spodnjem levem delu. Koliko enot bo prodanih, je odvisno od oblike krivulj. Učinek "downloadanja" piratskih kopij je zmanjšano povpraševanje po legalnih izdelkih. Rezultat tega je padec cen in zmanjšanje ponudnikovega presežka na trgu brez piratstva za območje AEB.

Slika 15: Spremembe na trgu filmske industrije s prihodom piratstva



Pojav piratstva pomeni za filmske studije prihod nove »konkurence«, kateri zaradi njenih atributov le stežka konkurirajo. Ukrepi so drastični. Filmski studii morajo, če želijo preživeti, drastično spremeniti svoje poslovne modele. Znižuje se cena legalnih kopij, po različnih trgih po svetu se, glede na stopnjo piratstva, s cenovno diskriminacijo oblikujejo različne cene. Vse to vpliva na po večanje elastičnosti funkcije ponudbe. Naklon te funkcije se zniža.

7. UKREPI

Potreba po razširitvi različnih vrst pravic je postala nujna s pojavom digitalne tehnologije in interneta. Elektronske datoteke lahko hitro, preprosto in predvsem poceni razmnožujemo in običajno so stroški skoraj zanemarljivi, kar sicer za klasične oblike kopiranja ni vedno veljalo. S prvimi kopirnimi stroji je bilo kopiranje celotne knjige pogosto dražje od njene prodajne cene. Poleg tega so elektronske kopije običajno v tehničnem pogledu enake kakovosti kot originali; tudi to je lastnost, ki praviloma velja za klasično kopiranje (Pretnar, 2002, str. 61).

Nedavne raziskave med uporabniki interneta v ZDA so pokazale, da je odstotek tistih, ki nelegalno pretakajo glasbo z medmrežja, padel iz 29 odstotkov na 14 odstotkov, kar znaša

približno 18 milijonov uporabnikov (pewinternet, 2007). Medtem ko se v glasbeni industriji začenjajo stvari počasi, a vztrajno nagibati v legalni smeri, pa je filmska industrija čedalje bolj na udaru. Do pred nekaj leti je bila filmska industrija v veliki meri izolirana od (pre)velikega vpliva piratstva. Vzroki za to so bili predvsem v počasnejših internetnih povezavah in ne nazadnje je zahajanje v kinodvorane za ljudi drugačna družbena izkušnja, kot je to mogoče poslušanje CD-ja. Pravi izziv, ki se postavlja filmski industriji, je, kako se tržno postaviti po robu piratstvu. Po mnenju nekaterih so prava alternative piratstvu spremembe v trženju, kar naj bi pomenilo manjšo pozornosti preventivi ter poudarek na razvijanju alternativ, ki bi bile uporabnikom bolj sprejemljive.

Tako kot je lahko glasba predvajana na različne načine (koncerti, radio, plošče ...), ima tudi film podobne značilnosti (kino, TV, DVD, VHS ...). V obeh primerih bo največja škoda narejena formatu, kateremu predstavlja piratska kopija popolni substitut. V filmu predstavlja ta substitut DVD¹¹ oziroma VHS kopija. Dodatno težavo povzroča dejstvo, da distributerji izdajajo filme v različnih formatih vedno v enakem zaporedju, ki je časovno ločeno. Tako imajo piratske kopije več časa, da se namnožijo med uporabniki. Glede na dejstvo, da znašajo prihodki iz prodaje filmov po tem, ko so bili ti že bili prikazani v kinematografih, okrog petdeset odstotkov, distributerji vedno bolj razmišljajo o istočasni izdaji filmov na vseh omenjenih področjih (angleško: windows) (Shapiro, 2007).

7.1. VLOGA MPAA

MPAA je v boju proti piratstvu naredila tri pomembnejše odločitve. Kot prvo stvar so začeli pravno preganjati večje kršitelje. Znanih je več aretacij s strani FBI, ko so aretirali posameznike, ki so ukradli in omogočili izmenjavo na tisoče "screener" DVD-jev na P2P omrežjih. Kot drugo stvar so začeli razširjati svoj vpliv na sodstvo in tako vplivati na zakonodajo avtorskih pravic. Ta je postala strožja do kršiteljev, povečala so se sredstva in pooblastila, s katerimi se borijo proti piratstvu. In ne nazadnje, čedalje večji poudarek se daje razvijanju protipiratske tehnologije. Razvijanje le-te je na področju filma precej težavnejše kot na področju glasbe, saj filmi prihajajo na črni trg na več načinov in raziskave si še vedno niso enotne, kateri način povzroča največ škode. Tako pri organizaciji AT&T navajajo, da 77 odstotkov vseh filmov pride na medmrežje zaradi insajderskih krajev s strani kritikov, članov akademije ter kinooperaterjev. V nasprotju s tem pa MPAA navaja, da kar 90 odstotkov izvodov piratskih kopij predstavljajo kopije, posnete v kinodvoranah. V nekaterih primerih, na primer pri filmu *Poslednji Samuraj*, pa se zgodi, da so v obtoku kopije z različnimi izvori (Kordell, 2004, str. 2).

¹¹ DVD, kupljen v trgovini, tudi ponuja več od tistega, kar lahko dobimo na internetu. Tako večina vsebuje dodatne posnetke s snemanja, scene, ki v filmu niso bile uporabljene, intervjuje s ključnimi akterji ipd.

Prav tako pa je filmska industrija začela razvijati nove alternative piratstvu. Tako so se pojavile strani, ki uporabnikom omogočajo prenos legalnih, plačljivih kopij. Korporacija Sony je, na primer, vzpostavila Movielink, medmrežno spletno trgovino, na katero pa se večji studii niso odzvali. Leta 2006 pa je začel Apple poleg glasbenih datotek v svoji spletni trgovini iTunes prodajati tudi filme.

7.3. PRELOMNO LETO 2003

Velik udarec za diskografsko industrijo je bila rajsodba sodnika iz Los Angelesa, ki je leta 2003 družbi Grockster in Merpheus oprostil vseh obtožb ter rajsodil, da nista odgovorni za kršitve avtorskih pravic, ki so jih zagrešili njihovi uporabniki. Rajsodba je ponovno poudarila, da se nove tehnologije, ki je namenjena raznovrstnim koristnim in zakonitim rabam, ne sme zamrzniti zaradi strahu pred nezakonito rabo. Ključno vlogo pri oprostitvi je odigralo dejstvo, da omrežja P2P tehnično ne morejo nadzirati obnašanja svojih uporabnikov; natanko to, kar je bilo usodno za Napster. Od tega trenutka dalje sta se pred kulturno industrijo odpirali dve poti: prva je vodila v bolj pospešen razvoj novih poslovnih modelov distribucije plačljivih izdelkov preko spleta, druga pa je pomenila neposreden pravni napad na posamezne uporabnike, ki so bili osumljeni kršenja avtorskih pravic. Poostritev pravne represije (skupaj s tehnološkimi nadlogami in ideološkim terorizmom) je tako že postala del strategije velikih družb. RIAA poskuša na različne načine odvrčati uporabnike od sistemov za souporabo datotek. Do leta 2003 je šlo predvsem za prepričevanje na psihološki ravni (Formenti, 2005, str. 21-23):

1. z vzgojnimi kampanjami so hoteli ljudi prepričati, da gre pri izmenjavi avtorsko zaščiteneh del za protizakonito dejanje, ki je primerljivo s tatvino, ter da takšno početje ogroža obstoj umetniškega delovanja, saj odteguje glavni del njihovega dohodka;
2. hekersko so posegali v omrežja p2p ter vanje vnašali okvarjene ali z virusom okužene datoteke (vodilne sektorske družbe so takšno početje zanikale). Tako so poskušali predstaviti ta omrežja kot nezanesljiva in nezmožna zagotovitve kakovostnih izdelkov;
3. izvajali so pritisk nad univerzami, šolami in podjetji ter jim grozili s tožbami, če se ne bodo odločili nadzorovati svojih omrežij. Na analiziranem vzorcu 560 podjetij se je namreč izkazalo, da 77 % njihovih računalnikov vsebuje programsko opremo za izmenjavo datotek.

Z letom 2003 pa se je izteklo obdobje opozoril in groženj, ki so jih sedaj nadomestili čedalje pogostejši pravni napadi, tako na uporabnike p2p omrežji kot tudi na posameznike, ki so krivi, da jih na različne načine podpirajo in z njimi simpatizirajo. Prave centrale fenomena p2p so bile nekatere srednje šole in študentska naselja s kabelsko povezavo, kjer si je na tisoče študentov izmenjevalo milijone datotek (glasbo, filme, programe, besedila in druga avtorsko

zaščiteni dela). Nadzora ni bilo, ker je bil predrag. Leta 2003 pa so začele šole zaradi ustrahovanja RIAA s tožbami izvajati nekatere ukrepe. Istega leta je združenje RIAA s pomočjo tehnologije, ki pregleduje omrežja p2p in išče avtorsko zaščitene datoteke, začelo pošiljati na tisoče avtomatskih sporočil prav tolikim uporabnikom. Najprej so morali prepričati ponudnike internetnih storitev, da jim izdajo imena tistih uporabnikov, katerih IP naslove so izsledile pregledovalne tehnologije. Tovrstni zahtevi pa so se ponudniki internetnih storitev sistematično uprli in bili mnenja, da je njihova dolžnost uporabnikom zagotoviti zasebnost (pa tudi zato, ker so vedeli, da razcvet p2p odločilno vpliva k razcvetu njihovega področja).

7.4. DISKREDITACIJA P2P MREŽ

Studii vedno pogosteje argumentirajo nakup legalne kopije filma z dejstvom, da le nakup le-te zagotavlja najboljšo kakovost. Korak naprej v tej smeri so poskušali narediti tudi z diskreditacijo P2P mrež z nastavljanjem pokvarjenih in »okuženih« datotek. Uporabniki so tako porabili veliko časa za iskanje in pretok datoteke, na koncu pa ugotovili, da je ta neuporabna. Nekateri bolj zlovesči uporabniki pa so na medmrežje nalagali celo datoteke, ki so vsebovale viruse, črve in trojanske konje. Raziskave kažejo, da je bilo na takšen način okuženih kar 45 odstotkov vseh datotek na P2P omrežju Kazaa (Kordell, 2004, str. 2).

Prav tako je bila burna tehnološka bitka. Nekatera »start-up«¹² podjetja naj bi tako za potrebe RIAA razvila prave programske izstrelke za napad na omrežja p2p. V tem orožju so programi, ki lahko za več ur zamrznejo osebni računalnik in izbrišejo ilegalne kopije ter uporabnika preusmerijo k drugim spletiščem z zakonito prodajo glasbe.

¹² Novoustanovljena visokotehnološka podjetja, ki so bila v 90. letih ključni vzvod nove ekonomije, to je skoraj desetletnega obdobja nenehne visoke ekonomske rasti v ZDA, ko so na Wall Streetu dosegala izjemno visoke cene in s svojo atraktivnostjo napihovala borzni balon.

7.5. SPREMEMBE ZAKONODAJE O AVTORSKIH PRAVICAH

7.5.1. Kulturni lobiji v ZDA

RIAA in MPAA - kot tudi vsi ostali lobiji - poskušata zaščititi svoje člane oziroma njihove velike interese glede prihodnjih zaslužkov. Gre za izredno veliki in zaradi veliko denarja tudi zelo vplivni formaciji z velikimi vložki oziroma donacijami ameriškim političnim štabom v času volitev. Te zakulisne subvencije obrodijo pozneje dobre rezultate pri posredovanju izvršnih oblasti pri avtorskem pravu, kot protiusluga za sredstva za volilne kampanje. Prva stvar, ki jo poskušata RIAA oziroma MPAA ustvariti, je, da pomeni nedovoljeno kopiranje njihovih del kršenje naravnega reda. Cilj tega stanja razumevanja je, gledano z moralnega stališča, da je deljenje glasbe ali filma enako kraji sosedovih stvari in njihovemu razdajanju naokrog. Za doseg tega poskušajo RIAA ter MPAA pri potrošnikih doseči zavedanje, po katerem so avtorska dela (glasba, filmi, knjige ...) lastnina, prav tako kot so to fizične dobrine (hiša, avto ...), in seveda, ker je lastnina (avto, hiša, pita ...) nedvoumno dobra stvar, mora iz istega razloga tisto, kar škoduje tej lastnini biti zlo (Naughton, 2003). In prav o tem je dandanes veliko razprav. Avtorsko pravo se v svojem bistvu precej razlikuje od lastniškega prava. Gre za začasen monopol, odobren avtorjem s strani oblasti, da imajo lahko ti nek dobiček oziroma nagrado za svojo kreativnost. Monopol je začasen, ker družba, gledano dolgoročno, pridobiva iz prostega pretoka idej. Čas trajanja zaščite avtorskega dela predstavlja neravnovesje med željami oziroma potrebami avtorja in družbe kot celote.

7.5.2. Hiperprotekcijem zakona DMCA

Odgovor na izziv digitalizacije je bilo sprejetje močno kritiziranega zakona DMCA, ki je leta 1998 postal del zakonodaje ZDA. Zakon je porušil ravnovesje med kulturno industrijo, ki s tem postane privilegirana, ter interesi tehnološke industrije in potrošnikov, ki jih je zakon hudo kaznoval. Vse od uveljavitve zakona DMCA so mu kritiki očitali, da (Formenti, 2005, str. 46):

1. onemogoča znanstveno in tehnološko raziskovanje in tako upočasnjuje inovacije;
2. zavira tekmovalnost in monopolom lajša nadzor nad trgovino;
3. krči pravice potrošnikov in tako brezobzirno omejuje njihove možnosti, da prosto uporabljajo izdelke, ki so jih zakonito kupili (tako imenovana pravica do poštene rabe (fair use)).

Zgled za prvo in tretjo kritiko je prepoved izogibanja zaščitam proti kopiranju (tako imenovane tehnologije za digitalno upravljanje pravic) zgoščenk, DVD-jev, avdio- in videodatotek, elektronskih knjig itd. Po eni strani takšna prepoved raziskovalcem s področja računalniških znanosti onemogoča izvajanje dejavnosti obratnega inženirstva (reverse engineering, kar pomeni »razstavljanje« programske opreme, da bi raziskali njeno delovanje in preverili njene morebitne programske napake) ter objavljanje rezultatov njihovih raziskav

(da bi se izognili njihovi nezakoniti rabi). Po drugi strani je s tem onemogočena izdelava zasebnih varnostnih kopij uporabnikov. Zgled za drugo kritiko pa meri na težnjo, da bi se avtomatično razširjale in v času podaljševale pravice glede avtorskih del, ki so bila že objavljena na klasičnih nosilcih in so jih šele pozneje prenesli v digitalno obliko. Gre torej za obliko, ki preprečuje svobodno ustvarjalnost tako, da »katalog« človeškega predstavnika (zgodbe, osebnosti, glasbeni vplivi, podobe itd.) preda monopolom kulturne industrije. Konflikti v interesih med kulturno in tehnološko industrijo na eni strani ter kulturno industrijo in potrošniki na drugi so se zaostri do te mere, da so sprožili pravne spore, ideološke križarske vojne, medijske kampanje, vojne med lobiji in predvsem endemično tehnološko gverilo med nasprotnimi frontami.

DMCA model, ki radikalno omejuje svobodo uporabe sodobnih tehnologij, je pisan na kožo klasičnemu pasivnemu potrošniku plošč, filmov in televizijskih programov, ne pa dinamičnemu in interaktivnemu uporabniku, ki je pionir spletne kulture in hkrati proizvajalec-potrošnik tehnologij, na katerih je temeljilo naglo širjenje spleta.

7.6. DRM

Upravljanje digitalnih pravic ali DRM (angleško: Digital rights management) je izraz za tehnologije dostopa, s katerimi poskušajo založniki in lastniki avtorskih pravic zaščititi oziroma omejiti uporabo digitalnega medija ali naprave. DRM v praksi odpira mnoge polemike o upravičenosti uporabe. Na eni strani imetniki avtorskih pravic trdijo, da je njegova uporaba nujna za preprečitev nedovoljenih kopij avtorsko zaščitenih del in s tem zagotovitev določenega prihodka, medtem ko njegovi nasprotniki trdijo, da ne gre za zaščito, ampak omejevanje in ustvarjanje monopolnega položaja. V začetku so bile tehnologije, kot, na primer, CSS (angleško: Content scramble system), razvite z namenom preprečevanja kopiranja DVD-jev, vendar pa so skozi čas te tehnologije postale mnogo več kot le to. Danes nam tako, na primer, dovolijo le to, prepovedujejo ono, nadzorujejo našo uporabo ter na koncu povzročijo, da izdelek avtomatsko zapade. Dejstvo je, da postajajo tehnologije vedno bolj izpopolnjene. Studii so se tako začeli za ustvarjanje novih trgov in s tem novih virov prihodkov zatekati prav k DRM-ju, saj lahko z njim preprečujejo uporabo izdelka na različnih platformah, z izgovorom, da je za vse krivo piratstvo. Edini namen tehnologij za upravljanje z digitalnimi pravicami je tako maksimiranje prihodkov z zmanjševanjem potrošnikovih pravic (Fisher, 2007). Tehnologija je zato postala tema ostrih polemik, ki so jih utemeljevali predvsem z dejstvom, da obstoj tovrstne ključavnice običajno ni označen na proizvodu. Polemike so prerasle v sodne tožbe in v Franciji je združenje potrošnikov dobilo nekaj bitk; francoski sodniki so sprejeli njihove argumente in sklenili, da morajo biti tovrstni izdelki opremljeni z ustreznim opozorilom, da izdelek ni berljiv na vseh vrstah predvajalnikov. S tem se zaščiti pravica potrošnikov do poštene uporabe.

7.6.1. Primer Johansen

Svetovno znan primer mladega norveškega hekerja Jona Johansena, ki mu je leta 1999, ko je imel komaj 15 let, uspelo razviti program DeCSS, s katerim se je mogoče izogniti zaščiti videodatotek. Johansen je vedno zatrjeval, da njegov namen ni bil nezakonito presnemavati DVD-je, hotel jih je le gledati na svojem računalniku, na katerem pa kupljenega izdelka ni mogel uporabljati, saj je sam imel nameščen operacijski sistem Linux, ki ni združljiv z zaščitenimi DVD-ji. Po DMCA je njegovo dejanje nezakonito, ne glede na to, ali je k razširjanju programa, ki ga je sam razvil, prispeval namenoma ali ne, in ne glede na to, da bi sicer sploh ne mogel videti vsebine kupljenega izdelka. Tožba je zato postala izjemno pomembna, in sicer za tiste, ki trdijo, da zakon DMCA potrošnikom ne zagotavlja pravice do poštene rabe, pa tudi zato, ker je z njo postala vprašljiva svoboda objavljanja rezultatov posegov obratnega inženirstva (v tem primeru gre za razstavljanje zaščitnih tehnologij DVD-jev). Bitka, ki se je hkrati odvijala v ZDA in na Norveškem, se je končala z nasprotujočima izidoma. V Ameriki se je MPAA spopadlo z dvema nasprotnikoma. Prvi je David Corley, ki je na spletno stran postavil povezavo s spletiščem s kodo za programsko opremo DeCSS in se pritožil v imenu prvega amandmaja ameriške ustave nad odločitvijo sodišča, ki je zahtevalo, da povezavo umakne. Njegovo stališče je bilo, da ni mogoče preprečiti širjenja »besedila« DeCSS - torej vrstic kode, saj so te zajete v konceptu »proizvoda svobodnega izražanja«. Drugi nasprotnik je bil profesor Touretzky, docent računalniških znanosti, ki je kodo objavil na svoji spletni strani v imenu svobodnega znanstvenega raziskovanja. Po njegovem mnenju je bilo treba DeCSS obravnavati kot nesporen rezultat posega obratnega inženirstva, do katerega mora imeti znanstvena skupnost neoviran dostop, da bi ga preučila. V obeh primerih so ameriška sodišča podprla tezo filmske industrije in vztrajala, da imajo v tem primeru interesi, ki jih je zaščitil zakon DMCA, prednost pred svobodo informacije in znanja. Povsem drugačna je bila rzsodba norveškega procesa, z obrazložitvijo, da nihče ne more biti obdolžen vloma v nekaj, kar že poseduje in z odsotnostjo dokazov, da bi Johansen uporabljal svojo tehnologijo za nezakonito presnemavanje filmov. Sodniki so tako sklenili, da je imel vso pravico, saj je svobodno lahko uporabljal, kar je zakonito kupil. DVD-je je prilagodil tako, da so bili združljivi z operacijskim programom v njegovem računalniku (Formenti, 2005, str. 27-28).

4. POZITIVNI UČINKI »PIRATSTVA«

Mnoge vrste piratstva so uporabne in produktivne, saj proizvajajo novo vsebino ali nove oblike poslovanja. Niti naša tradicija niti katera druga ni nikoli prepovedala vseh oblik »piratstva« v tem pomenu besede. To pa ne pomeni, da se pri najnovejšem pojavu piratstva, izmenjavi datotek p2p, ne porajajo vprašanja. Pomeni pa, da moramo bolje razumeti škodo, ki jo povzroča p2p, še preden jo zaradi piratstva obesimo na vešala. Kajti (1) izmenjava p2p se,

tako kot zgodnji Hollywood, izogne industriji pretiranega nadzora in (2) kot prvotna glasbena industrija preprosto izkorišča novo obliko razširjanja vsebine, vendar pa (3) v primerjavi s kabelsko televizijo nihče ne prodaja vsebine, ki se na ta način izmenjuje. Zaradi teh razlik se izmenjava p2p razlikuje od pravega piratstva. Prisiliti bi nas morali, da bi našli način zaščite umetnikov, medtem ko tej obliki izmenjave omogočamo preživetje (Lessig, 2005, str. 83).

8.1. POZITIVNI UČINEK GLEDE NA UPORABO

Gledano s pravnega vidika so vse oblike piratstva nedovoljene. Vendar pa je že takoj jasno, da ne moremo enačiti piratov, ki s prodajo nelegalnih kopij služijo denar in »piratov«, ki le prenašajo avtorsko zaščitene datoteke, prosto dosegljive na internetu. In prav ta vrsta »piratov« lahko pozneje postanejo zvesti uporabniki vsebin, ki so jih nekdanj prenašali s spleta. Glede na način uporabe oziroma namen pretakanja teh vsebin bi lahko te uporabnike razdelili v tri skupine. V prvo skupino sodijo uporabniki, ki uporabljajo p2p omrežja kot nadomestilo za nakup. Vprašanje, ki se tu pojavlja, je, koliko teh uporabnikov bi se odločilo za nakup, če vsebine ne bi bile na voljo brezplačno. V drugo skupino sodijo uporabniki, ki preizkušajo pred nakupom oziroma ogledom. Ta skupina je gotovo bolj izrazita na glasbenem področju, vendar je čedalje več ljudi, ki si film najprej ogledajo na računalniku in šele potem v kinu. V tretjo skupino lahko uvrstimo uporabnike, ki uporabljajo p2p omrežja za pretakanje vsebin, ki niso več naprodaj in te prinašajo mnogim največ ugodnosti. Čeprav gre pri tej izmenjavi še vedno za kršenje avtorskih pravic, pa je ekonomska škoda te vrste izmenjave nična, saj se vsebine ne prodajajo več (Lessig, 2005, str. 89).

Če primerjamo med seboj vse te skupine uporabnikov, je jasno, da z ekonomskega vidika največja škoda nastaja pri prvi skupini. Čeprav gre pri drugi skupini za nelegalno početje, je končni rezultat tega zanesljivo pozitiven, tudi v ekonomskem smislu. Pri tretji skupini je največja korist na strani potrošnikov, medtem ko imetnikom avtorske pravice ni povzročena nobena škoda, krši se le zakon. Kakšen je končni učinek, je torej odvisno od škode, ki je povzročena pri prvi skupini uporabnikov, in koristi, ki jih imajo od izmenjave avtorji in uporabniki. Čista škoda, povzročena avtorjem z izmenjavo, je torej razlika med škodo, povzročeno z izmenjavo uporabnikov iz prve skupine, in koristmi, ki jih imajo od prodaje uporabnikom iz druge skupine.

SKLEP

Za trženje avtorskih vsebin, kamor seveda sodi tudi film, je potreben ustrezen zakon. Brez ustrezne zaščite je namreč nemogoče ustvariti dobiček. Spodbujanje inovacij pa je za gospodarstvo pozitivno, saj spodbuja k inovacijam in vodi v blaginjo. V ekonomskem smislu deluje princip avtorskega prava na podlagi monopola, ki ga država podeli avtorjem. Na strani uporabnikov se ta zaščita kaže kot zmanjšanje potrošnikovega presežka, saj se en del tega pretvori v dobiček avtorjem, drugi del pa postane tako imenovana mrtva izguba. Oboje je seveda odvisno od stopnje zaščite, z njo se namreč večata tako dobiček avtorjev kot tudi mrtva izguba. In prav zakonska zaščita, ki so jo z lobiranjem dosegli glavni akterji kulturne industrije, sproža največje polemike.

Digitalizacija in razvoj sodobnih načinov komunikacije in prenosa informacij predstavljata nove izzive kulturni industriji, ta pa se, namesto da bi se jim prilagodila, proti njim bori. Sprejetje zakona DMCA je izzvalo veliko polemik, saj se z njim občutno manjšajo pravice potrošnikov, pojem piratstva pa dobi nove razsežnosti.

Piratstvo v filmski industriji lahko razdelimo na komercialno ali fizično piratstvo, ki pomeni prodajanje fizičnih filmskih kopij, za katerim stojijo organizacije in organiziran kriminal. Gre za piratstvo, kjer se posamezniki ali organizacije materialno okoriščajo z nečim, za kar nimajo nobenih pravic. Ta vrsta piratstva povzroči tudi največ škode filmski industriji. Druga, z vidika definicije piratstva bolj sporna vrsta piratstva, je spletno ali digitalno piratstvo. S sprejetjem zakona DMCA je digitalno piratstvo dobilo novo razsežnost, saj se po sprejetju zakona nekatere oblike kopiranja, ki so prej sodile med pošteno rabo, smatrajo kot piratstvo. Tako je, na primer, kot piratstvo smatrano ustvarjanje varnostnih kopij, pretvarjanje formata za uporabo na različnih platformah itd.

O dejanski škodi, ki nastane zaradi piratstva, je zelo težko govoriti, saj je iz empiričnega vidika nemogoče pridobiti vse podatke. Obstaja pa veliko ocen, med katerimi je najbolj znano poročilo MPAA. Zadnje poročilo za leto 2005 ocenjuje skupno škodo, povzročeno ameriškimi filmskim studiem, na 6,1 milijarde ameriških dolarjev. Večino te predstavlja komercialno piratstvo, ki je ocenjeno na 3,8 milijarde ameriških dolarjev. Tej številki ne moremo ugovarjati, čeprav metoda analize ni bila nikoli predstavljena. Tu gre preprosto za materialno okoriščanje posameznikov in organizacij z avtorsko lastnino, za katero nimajo nobenih pravic. Te vrste piratstvo lahko mirno opredelimo kot izpad prodaje in s tem prihodka filmskih studiev.

Precej bolj dvomljivo je poročilo o škodi, povzročeni z digitalnim oziroma spletnim piratstvom. Tudi tu metoda analize ni razkrita, poleg tega pa so v poročilo zajete nekatere oblike, ki so še pred kratkim veljale za pravico do poštene rabe. Tako, na primer, poročilo vsebuje podatke o škodi, povzročeni z digitalnim kopiranjem, kamor lahko mirno uvrstimo ustvarjanje varnostnih kopij ter spletno piratstvo, ki pomeni pretakanje prosto dosegljivih

vsebin s spleta. Seveda tudi ne moremo enačiti vsake prenesene datoteke z izpadom v prodaji, saj so redki uporabniki, ki bi "download" datoteke izbrali kot alternativo legalnim kopijam. Določen vpliv pa zanesljivo ima tudi te vrste piratstvo. Na mikroekonomski ravni pomeni namreč ponudba piratskih kopij skoraj popolni substitut po ceni, ki je zelo blizu 0. Zaradi manjšega povpraševanja se krivulja povpraševanja premakne desno navzdol, spremeni pa se tudi oblika krivulje zaradi različnih potrošniških preferenc. Na podlagi teh predpostavk lahko sklenemo, da je ocenjena škoda spletnega piratstva le nekoliko pretirana.

LITERATURA

1. Aberdeen J. A.: The Edison movie monopoly,
[URL:http://www.cobbles.com/simpp_archive/edison_trust.htm], 15. marec 2007.
2. Ackman Dan: Movie theaters of the absurd,
[URL:<http://www.forbes.com/2001/03/02/0302movies.html>] , 3. februar 2001, 2 str.
3. Aughton Simon: P2P activity doubles in two years,
[URL:<http://www.pcpro.co.uk/news/78525/p2p-activity-doubles-in-two-years.html>],
11. oktober 2005.
4. Balio Tino: Betamax case, U.S. legal decision,
[URL:<http://www.museum.tv/archives/etv/B/htmlB/betamaxcase/betamaxcase.htm>],
2. marec 2007.
5. Bangeman Eric: MPAA admits to unauthorized movie copying,
[URL:<http://arstechnica.com/news.ars/post/20060124-6036.html>], 24. januar, 2006.
6. Boldrin Michele and Levine K. David: The case against intellectual property,
University of Minnesota and UCLA, 2002. 14 str.
7. Byers Simon Et al.: Analysis of security vulnerabilities in the movie production and
Distribution Process, 27. oktober 2003, 12 str.
8. Dirks Bill: Film history by decade, [URL:<http://www.filmsite.org/filmh.html>], 15.
oktober 2007.
9. Fisher Ken: Privately, Hollywood admits DRM isn't about piracy,
[URL:<http://arstechnica.com/news.ars/post/20070115-8616.html>], 15. januar 2007.
10. Formenti Carlo: Neekonomija; Digitalna ekonomija in paradoksi intelektualne
lastnine, Ljubljana : Krtina, 2005. 219 str.
11. Gross Daniel: Does a free download equal a lost sale?,
[URL:<http://www.nytimes.com/2004/11/21/business/yourmoney/21view.html?ex=1258693200&en=a210357f5dcc8523&ei=5088&partner=rssnyt>], 24. november, 2004.
12. Hannaford Steve: The studio oligopoly,
[URL:<http://www.oligopolywatch.com/2006/04/16.html>], 16. april 2007.
13. Kavčič Bojan, Vrdlovec Zdenko: Filmski leksikon, Ljubljana : Modrijan, 1999. 807
str.
14. Kordell Jennifer: IP Law&Business – Smart pills,
[URL:[www.crai.co.uk/.../Files_\(articles\)/Better%20Options%20in%20the%20Fight%20Against%20Online%20Piracy.pdf](http://www.crai.co.uk/.../Files_(articles)/Better%20Options%20in%20the%20Fight%20Against%20Online%20Piracy.pdf)], julij 2004, 2 str.

15. Krim Jonathan: TiVo's Plans lead to fight on copyrights, Washington Post, [URL:<http://www.washingtonpost.com/wp-dyn/articles/A4042-2004Jul21.html>], 22. julij 2004, 2 str.
16. Lessig Lawrence: Svobodna kultura: Narava in prihodnost ustvarjalnosti, Ljubljana: Knjižna zbirka Krt, oktober 2005. 362 str.
17. Naughton John: Intellectual property is theft. Ideas are for sharing, [URL:<http://www.guardian.co.uk/business/2003/feb/09/theobserver.observerbusiness17>], 9. februar 2003.
18. Pouwelse Johan et al.: The Bittorrent P2P file-sharing system: Measurements and analysis, Delft University of Technology, 2005, 6 str.
19. Pretnar Bojan: Intelektualna lastnina v sodobni konkurenci in poslovanju, Ljubljana: GV založba, 2002, 228 str.
20. Riemenschneider Cris: R.I.P. the CD 1982-2007, Star Tribune, [URL:<http://www.startribune.com/entertainment/music/14294271.html>], 25. januar 2008, 2 str.
21. Robin Patrick: MPAA borrowing code, [URL:<http://www.patrickrobin.co.uk/default.asp?Display=4>], 9 Februar 2007.
22. Seiler Andy: Their big fat success story, [URL:http://www.usatoday.com/life/movies/2002-08-27-big-fat-story_x.htm], 28 avgust 2002.
23. Smith Eric: P2P sites shut down, MPAA unleashes lawsuits worldwide, [URL:<http://www.geek.com/p2p-sites-shut-down-mpaa-unleashes-lawsuits-worldwide/>], 16. december, 2004
24. Teodorczuk Tom: Classified material, Newstatesman, [URL:<http://www.newstatesman.com/200608140037>], 23. maj 2007.
25. Totalrewind: The virtual museum of vintage VCRs, [http://www.totalrewind.org/mainhall.htm], 12. april 2007.
26. Trampuž Miha: Avtorsko Pravo, Ljubljana Cankarjeva založba, 2000, 171 str.
27. Žun Klemen: Analiza dejavnikov komercialne uspešnosti filmov v ZDA, Ljubljana, Ekonomska fakulteta, 2003. 62 str.

VIRI

1. 2005 U.S. Piracy fact sheet, MPA, 2005. 6 str.
[URL:<http://mpaa.org/researchStatistics.asp>], 12. avgust 2007.
2. 2006 U.S. Theatrical market statistics, MPA, 2006a. 24 str.
[URL:<http://mpaa.org/researchStatistics.asp>], 11. junij 2007.
3. Box office guru, [URL: <http://www.boxofficeguru.com/>], 12. oktober 2007.
4. Box office mojo, [URL:<http://www.boxofficemojo.com>], 3. september 2007.
5. Bureau of labor statistics, [URL: <http://www.bls.gov/>], 15. avgust 2007.
6. Forrester research, [URL: <http://www.forrester.com/>], 9. julij 2007.
7. MPA Snapshot report: 2006 International theatrical market, MPA, 2006b. 1 str.
[URL:<http://mpaa.org/researchStatistics.asp>], 19. julij 2007.
8. The cost of movie piracy, LEK & MPA, 2006. 14 str.
[URL:www.mpaa.org/leksummaryMPA%20revised.pdf], 3. junij 2007.
9. U.S. Entertainment industry: 2006 Market Statistics, MPA, 2006c. 52 str.
[URL:<http://mpaa.org/researchStatistics.asp>], 16. avgust, 2007.
10. Pewinternet report, [URL:<http://www.pewinternet.org/>], 12. september, 2007.
11. Ted Shapiro: Avtorske pravice v filmski industriji-predavanje, Pororož, 12. oktober 2007.
12. World film market trends, FOCUS, 2007. 60 str.
[URL:http://www.obs.coe.int/online_publication/reports/focus2007.pdf], 9. januar 2008