



ΑΡΙΣΤΟΤΕΛΕΙΟ ΠΑΝΕΠΙΣΤΗΜΙΟ ΘΕΣΣΑΛΟΝΙΚΗΣ
ΤΜΗΜΑ ΔΗΜΟΣΙΟΓΡΑΦΙΑΣ ΚΑΙ ΜΜΕ
ΜΕΤΑΠΤΥΧΙΑΚΟ ΠΡΟΓΡΑΜΜΑ ΣΠΟΥΔΩΝ

ΕΙΔΙΚΕΥΣΗ: ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑ ΚΑΙ ΠΟΛΙΤΙΣΜΟΣ

ΜΑΘΗΜΑ: ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑΚΗ ΠΟΛΙΤΙΚΗ & ΠΟΛΙΤΙΣΜΟΣ II
(ΝΕΑ ΜΕΣΑ & ΠΝΕΥΜΑΤΙΚΑ ΔΙΚΑΙΩΜΑΤΑ)
Γ' ΕΞΑΜΗΝΟ

ΘΕΜΑ ΕΡΓΑΣΙΑΣ:

«To peer or not to peer?»

Μουσική δημιουργία, μουσική βιομηχανία και πειρατεία »

ΟΝΟΜΑ ΦΟΙΤΗΤΡΙΑΣ (Α.Ε.Μ.: 06)

Ευαγγελία Παράσχου

ΔΙΔΑΣΚΟΥΣΑ: Έλσα Ι. Δεληγιάννη

Θεσσαλονίκη, Φεβρουάριος 2011

“Get rid of them or control them”

Wallis, 2001

***“Δεν χρειάζονται γνώσεις πυρηνικής επιστήμης για να γίνει κατανοητό
ότι αν μπορεί κανείς να βρει μουσική δωρεάν, δεν έχει κίνητρο να την αγοράσει.”***

εκπρόσωπος της RIAA, 2007

“The only way to make music that cannot be copied is to make music that cannot be heard.”

Gene Kan, προγραμματιστής – δημιουργός του Gnutella, 2000

“The ability to transport sound is power over sound”.

Steve Jones, 2000

“Rip. Mix. Burn: The Fall of the Music Industry”

Από εξώφυλλο του περιοδικού Wired (2-2003)

ΠΕΡΙΕΧΟΜΕΝΑ

1. ΕΙΣΑΓΩΓΗ.....	3
2. Η ΜΟΥΣΙΚΗ ΒΙΟΜΗΧΑΝΙΑ.....	3
3. Η ΤΕΧΝΟΛΟΓΙΚΗ ΡΙΖΟΣΠΑΣΤΙΚΟΠΟΙΗΣΗ.....	5
3. 1 Το φαινόμενο mp3.....	5
3. 2 Η τεχνολογία Peer-to-Peer (P2P).....	5
3. 3 “Do you napster?”: Το Napster και η μετεξέλιξη του.....	6
3. 4 “Pirates of the Cy(Carri)berian”: το The Pirate Bay.....	7
3. 5 Τεχνολογία και δημιουργοί.....	8
4. “THE EMPIRE STRIKES BACK”: Η ΑΝΤΙΔΡΑΣΗ ΤΗΣ ΜΟΥΣΙΚΗΣ ΒΙΟΜΗΧΑΝΙΑΣ	
4. 1 Τεχνολογικά μέτρα.....	9
4. 2 “Άρξάτε πυρ (peer)!” Σύντομη ανασκόπηση σημαντικών δικαστικών διαμαχών.....	10
4. 3 “Στο πυρ (peer) το εξώτερον!”	
Η δαιμονοποίηση του χρήστη και το κυνήγι μαγισσών.....	11
5. Η ΠΟΛΙΤΙΚΟ-ΙΔΕΟΛΟΓΙΚΗ ΔΙΑΣΤΑΣΗ.....	12
6. ΗΘΙΚΑ ΚΑΙ ΝΟΜΙΚΑ ΖΗΤΗΜΑΤΑ.....	13
7. ΑΛΛΑΓΗ ΚΑΙ ΕΠΑΝΙΔΡΥΣΗ ΤΗΣ ΜΟΥΣΙΚΗΣ ΒΙΟΜΗΧΑΝΙΑΣ:	
ΑΠΟ ΤΗ ΜΟΥΣΙΚΗ 1.0 ΣΤΗ ΜΟΥΣΙΚΗ 2.0;.....	16
8. ΣΥΜΠΕΡΑΣΜΑΤΑ.....	17
9. ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ.....	18

1. ΕΙΣΑΓΩΓΗ

Το διαδίκτυο αποτελεί κατά την τελευταία δεκαετία ένα πεδίο κυκλοφορίας πολυτροπικής πληροφορίας, η οποία εμπεριέχεται συνήθως – αλλά όχι αποκλειστικά - σε ψηφιακά αρχεία μέσων (*media files*). Το ίδιο το διαδίκτυο διακρίνεται από μια εξαιρετική πολυμορφία: είναι μια δημόσια σφαίρα, ένας κοινωνικός χώρος, ένα μέσο διανομής αλλά παράλληλα και μια μηχανή κοινωνικής και οικονομικής συναλλαγής (Jones, 2000: 222). Γίνεται λόγος πλέον για ‘νοικοκυριά ψηφιακής μουσικής’ (*‘digital music households’*), στα οποία ένα τουλάχιστον μέλος της οικογένειας ‘κατεβάζει’ ή ‘ανεβάζει’ μουσική με ξέφρενους ρυθμούς (Kinnally *et al.*, 2008: 894).

Η online ανταλλαγή αρχείων αποκαλείται μεσική πειρατεία (*media piracy*) και υποστηρίζεται από online κοινωνικά δίκτυα τα οποία δημιουργούν αυτόνομες νησίδες, αυτόνομες ζώνες (*‘autonomous zones’*) ως μια δύναμη αντιστάθμισης (*countervailing power*) της κυρίαρχης εξουσίας. Αναφύονται δηλαδή ζητήματα πολιτικής οικονομίας του διαδικτύου (Tan, 2010). Από την άλλη μεριά βέβαια βρίσκεται η μουσική βιομηχανία, η οποία έχει ως αυτοσκοπό το μετασχηματισμό των πολιτιστικών αγαθών σε χρηματική αμοιβή, την εμπορευματοποίηση δηλαδή της μουσικής δημιουργίας (Garofalo, 1999: 318, 323). Όπως αναφέρει η Halbert, “στόχος της μουσικής βιομηχανίας είναι η άσκηση ολοκληρωτικού ελέγχου σε κάθε πηγή εσόδων μέσω ενός ιστού πνευματικής ιδιοκτησίας, νέων νόμων και επιθετικών δικαστικών διεκδικήσεων” (2005: 68).

2. Η ΜΟΥΣΙΚΗ ΒΙΟΜΗΧΑΝΙΑ

Οι δημιουργικές βιομηχανίες ή πολιτιστικές βιομηχανίες ή βιομηχανίες της ψυχαγωγίας (*creative-cultural-entertainment industries*) αποτελούν ‘βαρύ πυροβολικό’ για την παγκόσμια οικονομία. Εξ’ αυτών, η μουσική βιομηχανία περιγράφεται ως μία από τις θεμελιωδέστερες και διεισδυτικότερες (McCourt & Burkart, 2003: 335). Το κύριο εισόδημα της μουσικής βιομηχανίας προέρχεται από άυλες πηγές (*intangible sources of income*), δηλαδή από τα δικαιώματα έκδοσης και εκτέλεσης των μουσικών έργων (Wallis, 2001: 999). Στο παγκόσμιο σκηνικό της μουσικής παραγωγής και διανομής δεσπόζουν πέντε ‘Μεγάλοι’ παίκτες (*‘Majors’* ή *‘Big 5’*, όπως αναφέρθηκε και παραπάνω), πέντε κυρίαρχοι πολυεθνικοί κολοσσοί-συγκροτήματα (*conglomerates*) σε καθεστώς ολιγοπωλίου υψηλής συγκέντρωσης, ένα ‘ολιγαρχικό’ καθεστώς το οποίο προέκυψε έπειτα από συγχωνεύσεις, εξαγορές και κάθετη ολοκλήρωση με έλεγχο όλων των σταδίων παραγωγής και διανομής (έκδοση, ηχογράφηση, ακόμη και μετάδοση): η AOL – Time Warner, η Universal – Vivendi, η Sony, η EMI και η BMG.

Η μουσική βιομηχανία αυτοπαρουσιάζεται ως το ‘αθώο’ θύμα της απανταχού πειρατείας ανά τον κόσμο και περιγράφει τις απώλειες της με τα μελανότερα χρώματα. Οι δηλώσεις των εκπροσώπων των δισκογραφικών δαιμονοποιούν την πειρατεία με εξαιρετικά μελοδραματικό ύφος και με διάθεση

εσχατολογικών σεναρίων, όπως αποτυπώνεται στο ακόλουθο παράθεμα: “Εάν αποτύχουμε να προστατεύσουμε και να διατηρήσουμε το σύστημα πνευματικής ιδιοκτησίας, ο πολιτισμός θα ατροφήσει... το δυσμενέστερο σενάριο: η χώρα θα εκπέσει σε έναν πολιτισμικό Μεσαίωνα” (2000, όπως αναφέρουν οι Spitz & Hunter, 2003: 15). Όπως τονίζουν όμως οι Leyshon *et al.*, η διαδικτυακή μουσική πειρατεία δεν μπορεί να λογιστεί ως η αποκλειστικά υπεύθυνη για τη βαθιά κρίση που έχει πλήξει τη μουσική οικονομία. Η κρίση - η οποία αποτελεί την κορυφή του παγόβουνου – δεν είναι παρά η κακοφόρμιση της χρόνιας συσσώρευσης κακώς κειμένων στο *modus operandi* και την κουλτούρα της μουσικής βιομηχανίας, αλλά και σύμπτωμα της μετάλλαξης του κοινωνικοπολιτισμικού ρόλου της ίδιας της μουσικής και των έξεων κατανάλωσης της στην κοινωνία (2005: 180 - 181).

Παρά την προβολή ενός image θυματοποίησης, η δημόσια εικόνα της μουσικής βιομηχανίας έχει πληγεί ανεπανόρθωτα και κάθε άλλο παρά αρεστή είναι στο ευρύ κοινό. Οι λεγόμενοι “Big 5” συνεχίζουν απτόητοι να ασκούν τις αθέμιτες πρακτικές τους: α. εκμετάλλευση των καλλιτεχνών, β. μονόπλευρο και μη ρεαλιστικό φιξάρισμα των τιμών σε εξωφρενικές τιμές παρά την ύπαρξη ακραίων οικονομικών ασυμμετριών και ανισοτήτων ανά την υφήλιο, εξωπραγματική τιμολογιακή πολιτική γ. άσκηση πίεσης και εκφοβισμού στους λιανοπωλητές μουσικής (*music retailers*) για διατήρηση των τιμών σε υψηλά επίπεδα, δ. εισπράττουν τις πρόσθετες χρεώσεις (τα ενσωματωμένα στην τιμή πώλησης διαφυγόντα κέρδη) εν είδη άδειας χρήσης (*license*) από τα αντιγραφικά μηχανήματα (*CD burners*) και τα άδεια CD-R, χωρίς να αποδίδουν με συνέπεια τα δικαιώματα στους δικαιούχους καλλιτέχνες. Εν ολίγοις, η μουσική βιομηχανία επιδεικνύει απληστία, αλαζονεία, λαγνεία της εξουσίας και διάθεση για ολοκληρωτικό έλεγχο και διατήρηση των κεκτημένων (Bishop, 2004: 101 – 102; McCourt & Burkart, 2003: 335).

Οι κολοσσοί αυτοί έχουν επιδειξεί μια δεινοσαυρική τεχνοφοβία, μια φοβία απέναντι στις νέες τεχνολογίες, παραμένοντας προσκολλημένοι στις αναχρονιστικές υποδομές λειτουργίας τους. Το φάσμα της απώλειας ελέγχου των πνευματικών δικαιωμάτων (*intellectual property rights*) με την απελευθέρωση των μουσικών προϊόντων στην άναρχη ‘ζούγκλα’ του κυβερνοχώρου πλανάται απειλητικό (Wallis, 2001: 1000 – 1001; Alexander, 2002: 151; Kasaras, 2002). Το motto “μην ανοίγεις μια νέα αγορά, εάν ‘τρώει’ απ’ την παλιά σου αγορά” περιγράφει το φόβο των πολυεθνικών για τον επαπειλούμενο ‘κανιβαλισμό’ (*cannibalization*) που απειλεί τις καθεστηκυϊές αγορές τους, αλλά και την επιφυλακτικότητα απέναντι σε καινοτόμες επιχειρηματικές πρωτοβουλίες (Kretschmer *et al.*, 2001: 426).

3. Η ΤΕΧΝΟΛΟΓΙΚΗ ΡΙΖΟΣΠΑΣΤΙΚΟΠΟΙΗΣΗ

3. 1 Το φαινόμενο mp3

Η ριζοσπαστική τεχνολογία του mp3 αναπτύχθηκε στα τέλη της δεκαετίας του '90 από τον Karlheinz Brandenburg και το Moving Picture Experts Group στο Fraunhofer Institute for Integrated Circuits στο Erlangen της Γερμανίας, έξω από την ακτίνα ελέγχου των μεγαθηρίων της μουσικής βιομηχανίας, αλλάζοντας τα μουσικά δεδομένα. Το mp3 είναι ένα ανοιχτό πρότυπο (*open standard*), ένας αλγόριθμος που δίνει τη δυνατότητα συμπίεσης της μουσικής πληροφορίας περίπου στο 1/10 με 1/22 του αρχικού μεγέθους (*audio compression format*) βάσει ψυχοακουστικών μοντέλων. Μειώνει έτσι τις απαιτήσεις σε χώρο και χρόνο (στο επίπεδο της μεταφοράς και της αποθήκευσης) και διευκολύνει τη διακίνηση του μουσικού περιεχομένου στο διαδίκτυο (Einbrodt, 2001: 1; Alexander, 2002: 153 – 4; Kasaras, 2002). Το mp3 έχει κυριαρχήσει ως το de facto πρότυπο μεταφοράς μουσικής έναντι άλλων ανάλογων προτύπων (Kretschmer *et al.*, 2001: 419) και η ακουστική ποιότητα του πλησιάζει κατά πολύ αυτήν ενός CD (Balaban, 2001: 242).

Με την κατάργηση του υλικού φορέα, του 'περιέκτη' της μουσικής (*container*), η σχέση του ακροατή με την ακροαματική εμπειρία γίνεται αμεσότερη (Kasaras, 2002). Κατά τον Sterne, το mp3 δεν είναι απλά ένα αρχείο ήχου αλλά έχει μετουσιωθεί σε ένα πολύτιμο 'πολιτισμικό αντικείμενο' (*cultural object*), ένα 'τεχνούργημα' (*cultural artefact*) που κυκλοφορεί στις παρυφές των καναλιών της παραδοσιακής οικονομίας (2006: 831). Το mp3 σμιλεύει τα ηχοτοπία και τις ακροαματικές πρακτικές της καθημερινότητας μας (Sterne, 2006: 836), είναι μια επικοινωνιακή τεχνολογία που διευκολύνει την κινητικότητα (*mobility*) και τη φορητότητα (*portability*) της μουσικής (Jones, 2000: 227).

3. 2 Η τεχνολογία Peer-to-Peer (P2P)

Τα μουσικά αρχεία συμπιέζονται σε μορφή mp3 ώστε να διευκολύνεται η ψηφιακή τους διάχυση (*dissemination*) στο διαδίκτυο, με τη συμβολή της ευρυζωνικότητας. Εξάλλου η ίδια η ψηφιοποίηση (*digitisation*) ενός μουσικού έργου οδηγεί στην εξαύλοποίηση, στην απώλεια της υλικής υπόστασης του (*dematerialisation*), κάτι που ισχύει για κάθε πολιτιστικό, συμβολικό αγαθό (*intellectual asset*). Στον ψηφιακό κόσμο το περιεχόμενο έχει χειραφετηθεί, έχει απελευθερωθεί από το φυσικό του μέσο. Γίνεται αντιληπτό συνεπώς, ότι οι δυνατότητες δημιουργίας αντιγράφων και ιδιωτικής αναπαραγωγής – χάριν μετακίνησης του έργου στο χώρο ή στο χρόνο (*time- & space-shifting purposes*) - υπερβαίνουν τους παραδοσιακούς περιορισμούς των συμβατικών, αναλογικών μορφών (Δεληγιάννη, 2007: 3; Wijk, 2002: 6 - 7).

Η τεχνολογία P2P συνιστά μια αρχιτεκτονική δικτύου, όπου ένα πλήθος ομότιμων κόμβων (*peer nodes*) επικοινωνούν μεταξύ τους για διαμοιρασμό αρχείων έχοντας διττό ρόλο πελάτη (*client*) και

εξυπηρετητή (*server*) (Δεληγιάννη, 2007: 4). Με τη συνδρομή του P2P διαμορφώθηκε σταδιακά από τα μέσα της δεκαετίας του '90 μια οιονεί 'δωροοικονομία' ή 'δωρεάν οικονομία' (*quasi-gift economy*), όπου η μουσική διακινείται ελεύθερα και χωρίς αντίτιμο (Leyshon *et al.*, 2005: 180). Ο Leyshon κάνει λόγο για το "φάντασμα που στοιχειώνει τον καπιταλισμό, το φάντασμα του δώρου" (Leyshon, 2003: 533).

Τεχνολογίες όπως τα δίκτυα ομοτίμων και το mp3 χαρακτηρίζονται ως αποδιοργανωτικές ή ρηκτικές τεχνολογίες/καινοτομίες (*disruptive innovations/technologies*), γιατί προκαλούν 'ρήξεις' με την εφαρμογή και τη χρήση τους, ωθώντας σε αναδιαμόρφωση τις υπάρχουσες δομές των βιομηχανιών και το μεταξύ τους ανταγωνισμό (Leyshon, 2003: 535). Χρήστες με παρόμοιο πολιτισμικό κεφάλαιο (*cultural capital*) και συγγενείς μουσικές ταυτότητες συναντιούνται διαδικτυακά και ανταλλάσσουν τα αγαπημένα τους μουσικά κομμάτια, καλλιεργώντας κυβερνο-κουλτούρες (*cyber subcultures*) και χαρτογραφώντας μια νέα ανθρωπογεωγραφία (Kasaras, 2002). Ο στόχος τους δεν είναι το κέρδος ή ο πλουτισμός – αφού οι κοινότητες ομοτίμων δεν κινούνται από υλικά κίνητρα - αλλά η συσσώρευση πολιτισμικού κεφαλαίου (Leyshon, 2003: 540). Κάθε μέλος των κοινοτήτων αυτών συμβάλλει στη διατήρηση της κεφαλαιακής 'ρευστότητας' της.

3. 3 "Do you napster?": To Napster και η μετεξέλιξη του

Οι θιασώτες της ανταλλαγής αρχείων (*file-swapping* ή *file-sharing*) υποστηρίζουν ότι η πράξη της ανταλλαγής αρχείων δεν είναι τίποτα άλλο από το ψηφιακό αντίστοιχο των 'αναλογικών' δανείων μεταξύ φίλων, κάτι καθ' όλα νόμιμο και θεμιτό (Wallis, 2001: 1002). Η μουσική βιομηχανία όμως έχει διαφορετική άποψη, βλέποντας ένα νέο κανάλι διανομής να επελαύνει σε βάρος του παραδοσιακού καναλιού (Lam & Tan, 2001: 64). Η μουσική βιομηχανία επιθυμεί διακαώς να λειτουργεί ως ο κέρβερους πυλωρός του *e-content*, να ελέγχει το περιεχόμενο (McCourt & Burkart, 2003: 344).

Το Napster βασιζόταν στην ύπαρξη ενός κεντρικού διακομιστή (*server*) και ενός κεντρικού καταλόγου που περιείχε όλα τα διαθέσιμα προς ανταλλαγή αρχεία, μια εφαρμογή λειτουργική και φιλική προς το χρήστη (McCourt & Burkart, 2003: 339). Σχεδιάστηκε από τον Shawn Fanning το 1999 και σύντομα απέκτησε εκατομμύρια χρήστες αλλά και πολλούς κλώνους όπως το Mojo Nation ή το AudioGalaxy (Einbodt, 2001: 4 - 5). Ο *server* δρομολογεί τα υποβληθέντα αιτήματα των χρηστών και κατευθύνει την ηλεκτρονική 'κυκλοφορία' (Alexander, 2002: 156). Πρόκειται στην ουσία για μια μηχανή αναζήτησης μουσικής που συνδέει τους εγγεγραμμένους χρήστες σε μια 'κοινόχρηστη' βιβλιοθήκη μουσικής, με κύριο αρχιτεκτονικό γνώρισμα την ύπαρξη της βάσης δεδομένων των τίτλων και των ερμηνευτών, όπου μπορεί κανείς να εκτελέσει αναζήτηση με βάση ένα keyword της προτίμησης του (McCourt & Burkart, 2003: 338). Ο Leyshon περιγράφει το Napster ως ένα κοινωνικοτεχνικό δίκτυο

(*sociotechnical network*), όπου συναντιέται ο ανθρώπινος συντελεστής με την ψηφιακή πληροφορία και τις τεχνολογίες πληροφορικής και επικοινωνίας (2003: 533 - 4).

Ο Thom Yorke, ο τραγουδιστής των Radiohead, έχει δηλώσει το εξής χαρακτηριστικό: “*To Napster είναι cool γιατί ενθαρρύνει τον ενθουσιασμό για τη μουσική με τέτοιο τρόπο που η μουσική βιομηχανία έχει από καιρό ξεχάσει.*” (2000, όπως αναφέρει ο Kasaras, 2002). Οι κοινωνικές εννοιολογικές κατασκευές για το Napster ποικίλουν: από σύμβολο αναρχίας και αντίστασης στην εξουσία μέχρι υπερταξικό, υπερδημοκρατικό σύμβολο πολιτιστικής ενδυνάμωσης (Spitz & Hunter, 2003: 24). Με το Napster δημιουργήθηκε μια εικονική μουσική κοινότητα εντυπωσιακού μεγέθους, η οποία αποτέλεσε την αφετηρία για τη μαζικοποίηση της μουσικής πειρατείας στο διαδίκτυο (Kasaras, 2002), ένα είδος ‘θείου jukebox’ (*celestial jukebox*).

Τα περισσότερα εξελιγμένα συστήματα που διαδέχτηκαν το Napster - όπως τα λογισμικά KaZaA, Grokster και Morpheus - συνδυάζουν τη συγκέντρωση και την αποκέντρωση, αξιοποιώντας πολλαπλούς υπολογιστές με χρήση των λεγόμενων υπερκόμβων (*super nodes*). Ένα άλλο τους πλεονέκτημα είναι ότι υποστηρίζουν όλους τους τύπους ψηφιακών μέσων και όχι μόνο το mp3. Κάθε χρήστης του συστήματος είναι συγχρόνως *client* και *host* και έχει τη δυνατότητα να πάρει αρχεία από άλλους αλλά και να δώσει αρχεία στους άλλους χωρίς την ύπαρξη κεντρικού εξυπηρετητή (Alexander, 2002: 152). Λόγω της αυξημένης μεταβλητότητας και διαδραστικότητας αυτού του συστήματος, ο εντοπισμός του υπερκόμβου - επομένως και η ιχνηλάτηση και στοχοποίηση των ενόχων - καθίσταται δυσχερής (Δεληγιάννη, 2007: 4, 7; Alexander, 2002: 156). Πρόκειται ουσιαστικά για ‘άκεντρα’ συστήματα (*acentred* ή *acentric*), διαρκώς αναδυόμενα και σε ροή. Κατά το Leyshon, η Gnutella “*εξαλείφει το χώρο: υπάρχει μόνο ως μια οντότητα που συσχετίζει διαφορετικά σημεία – υπολογιστές στο διαδίκτυο [...]*” (Leyshon, 2003: 550 - 1).

3. 4 “Pirates of the Cy(Carri)berian”: to The Pirate Bay

Το ‘The Pirate Bay’ (TPB) είναι μια παγκοσμιοποιημένη πλατφόρμα ανταλλαγής αρχείων που δημιουργήθηκε το 2003 στη Σουηδία από τη σουηδική anti-copyright οργάνωση - κολλεκτίβα ‘Piratbyrå’ (*Piracy Bureau*). Οι κύριες παράμετροι του μηχανισμού λειτουργίας του TPB είναι οι εξής: α. ένα κεντρικό αποθετήριο (*inventory*) με αρχεία torrent και χρήση του ειδικού πρωτοκόλλου BitTorrent protocol, ένα πρωτόκολλο βασισμένο στη λογική P2P (πιο συγκεκριμένα: many-to-many). Τα αρχεία torrent είναι αρχεία μικρού μεγέθους που περιέχουν τα μεταδεδομένα των διαμοιραζόμενων αρχείων, καθώς και τα url των *tracker sites*, δηλαδή των εξυπηρετητών που συντονίζουν το διαμοιρασμό (οι οποίοι βρίσκονται διασκορπισμένοι σε πολλές χώρες). β. ένας BitTorrent client, δηλαδή ένα λογισμικό για την αναζήτηση και το κατέβασμα των torrents και των αντίστοιχων αρχείων (Tan, 2010).

Το TPB διευκρινίζει στην ιστοσελίδα του (<http://thepiratebay.org/about>) το εξής: “Στο *server* μας βρίσκονται αποθηκευμένα μόνο αρχεία *torrent*. Αυτό σημαίνει ότι δεν αποθηκεύουμε προστατευμένο ή/και παράνομο υλικό”. Παρ’ όλα αυτά το TPB δέχεται την πρώτη οργανωμένη επίθεση το 2006 από τις σουηδικές αρχές – σε συνεργασία φυσικά με το αμερικάνικο ολιγοπώλιο του *copyright* – και κλείνει προσωρινά, χωρίς όμως να του απαγγελθούν κατηγορίες (Tan, 2010).

3. 5 Τεχνολογία και δημιουργία

Κάθε μουσικός δημιουργός είναι ελεύθερος να αξιοποιήσει τις νέες ψηφιακές τεχνολογίες ώστε να διαδώσει το έργο του στο ευρύ κοινό, χωρίς να έχει δεσμούς εξάρτησης από δισκογραφικές εταιρείες, να ακολουθήσει δηλαδή μία προσέγγιση ‘*do-it-yourself*’ (Bockstedt *et al.*, 2005). Οι νέες τεχνολογίες διανοίγουν νέες εικονικές αγορές και προσφέρουν ευκαιρίες προβολής και αναγνώρισης. Στην ιστοσελίδα MP3.com λόγω χάρη, μπορεί ένας καλλιτέχνης να ανεβάσει δωρεάν mp3 ανεξαρτήτως μουσικού ύφους, ώστε να συστηθεί κατ’ αρχήν στο μουσικόφιλο κοινό. Στη συνέχεια, μπορεί κανείς να παραγγείλει το πλήρες CD του καλλιτέχνη σε ιδιαίτερα χαμηλές τιμές, εφόσον έμεινε ικανοποιημένος από τα μουσικά δείγματα, από το ‘*music preview*’ που είχε στη διάθεσή του (Einbodd, 2001: 2). Έτσι καθίσταται δυνατή η άμεση επικοινωνία του δημιουργού με το κοινό χωρίς μεσάζοντες, ακόμη και μέσα από την προσωπική ιστοσελίδα (*artist to consumer model*, βλ. Fox, 2004: 212).

Πολλοί μουσικοί φρονούν ότι οι ψηφιακές τεχνολογίες συνιστούν μοχλό εκδημοκρατισμού της μουσικής βιομηχανίας, εργαλείο προώθησης του πλουραλισμού. Νέα και αφανή ταλέντα μπορούν να διεκδικήσουν το ενδιαφέρον του κοινού διαρρηγνύοντας το μονοπώλιο της εμπορευματοποίησης των μαζικοποιημένων και τυποποιημένων μουσικών εμπορευμάτων και όχι δημιουργημάτων. Η διαφορετικότητα μπορεί να αναπνεύσει και να αναδυθεί από το βούρκο των προκατασκευασμένων, αναλώσιμων τραγουδιών (Fox, 2004: 211).

Λόγω του περιορισμού των εμποδίων εισόδου στη μουσική αγορά τόσο στο επίπεδο της παραγωγής όσο και στο επίπεδο της διανομής, διάφοροι ανεξάρτητοι, συχνά ‘εναλλακτικοί’ παραγωγοί (*indie labels*) εισέρχονται στην αρένα, διεκδικώντας μερίδιο από τους μεγάλους ‘παίκτες’ και δυναμιτίζοντας την πρότερη αδιαφιλονίκητη ηγεμονία των τελευταίων (Fox, 2004: 205).

Από την άλλη μεριά, ο Wallis υποστηρίζει ότι η δυναμική είσοδος των ψηφιακών δικτύων και των ψηφιακών τεχνολογιών παραγωγής στο πεδίο της μουσικής βιομηχανίας δεν έχει οδηγήσει στην προσδοκώμενη άρση των περιορισμών, του συγκεντρωτισμού και αντίστοιχα στην ενίσχυση της ποικιλομορφίας και του πλουραλισμού. Αντιθέτως, η θεωρητική δυνατότητα των τεχνολογιών ψηφιακής παραγωγής και διανομής για αποδιαμεσολάβηση (*disintermediation*), για ανατροπή του *status quo* και

άμεση πρόσβαση στο κοινό του ‘παγκόσμιου χωριού’, με την αποτίναξη των δεσμών εξάρτησης του παρελθόντος δεν έχει πραγματωθεί ακόμη (2001: 998).

Όπως επισημαίνει και η Δεληγιάννη (2007: 18 - 19), η αποδιαμεσολάβηση της δημόσιας σφαίρας του κυβερνοχώρου καθίσταται φενάκη, αφού ορθώνονται γκέτο και ‘προστατευόμενες περιοχές’, απόρθητα ψηφιακά οχυρά για τους πολλούς, με τη διαιώνιση του ρόλου των διαμεσολαβητών. Η εισβολή του ιδιωτικο-οικονομικού χαρακτήρα στη δημόσια σφαίρα επιχειρεί να περιορίσει την ανεμπόδιστη, ελεύθερη κυκλοφορία του περιεχομένου (*content*). Όπως αναφέρουν οι Kretschmer *et al.*, η μουσική βιομηχανία έχει εισέλθει σε μια περίοδο αστάθειας και ρευστότητας κατά την οποία μεταβάλλονται σταδιακά τα μοντέλα διαμεσολάβησης (2001: 433).

4. “THE EMPIRE STRIKES BACK”: Η ΑΝΤΙΔΡΑΣΗ ΤΗΣ ΜΟΥΣΙΚΗΣ ΒΙΟΜΗΧΑΝΙΑΣ

4.1 Τεχνολογικά μέτρα

Η ανεξέλεγκτη ανταλλαγή αρχείων σε ψηφιακές πλατφόρμες αποτελεί μια απειλή για το εγκαθιδρυμένο επιχειρηματικό μοντέλο των μουσικών πολυεθνικών, για το οποίο πολλοί μελετητές προβλέπουν ότι σύντομα θα υποστεί αναγκαστικές δομικές αλλαγές ή ακόμη και ότι είναι θνησιγενές (Alexander, 2002: 152). Βέβαια, όπως τονίζει και ο Alexander, δεν υπάρχουν επαρκή εμπειρικά δεδομένα που να τεκμηριώνουν τον αρνητικό αντίκτυπο της ανταλλαγής αρχείων στις πωλήσεις δίσκων, να συνδέουν δηλαδή την πειρατεία με τις μειωμένες πωλήσεις δίσκων. Απεναντίας, υπάρχουν έρευνες που φανερώνουν το αντίθετο (2002: 160). Όπως αναφέρει και ο Easley, σύμφωνα με έρευνα που διεξήχθη από μεγάλη δισκογραφική εταιρεία το 2004, η πειρατεία ευθύνεται μόνο για το 1/3 του ποσού πτώσης των πωλήσεων (2005: 165).

Τα πειρατικά αρχεία δεν αντιστοιχούν απαραίτητα σε χαμένες πωλήσεις, ειδικά σε χώρες όπου η μέση αγοραστική δύναμη δεν επιτρέπει την αγορά ψυχαγωγικών αγαθών (*leisure/entertainment goods*), όπως είναι τα πολιτιστικά αγαθά (Kretschmer *et al.*, 2001: 435). Επιπλέον, μελέτες έχουν δείξει ότι η ανταλλαγή αρχείων αναζωπυρώνει το ενδιαφέρον για τη μουσική και ενθαρρύνει τη χρήση (Bockstedt *et al.*, 2005; Wijk, 2002: 1). Ο καταναλωτής έχει την ευκαιρία να ζήσει τη μουσική εμπειρία πριν από την αγορά, κάνοντας μια προεπισκόπηση του μουσικού προϊόντος που τον ενδιαφέρει. Το *sampling* ή το *downloading* διαδραματίζει ένα χρήσιμο πληροφοριακό ρόλο (*‘exposure effect’*), ο οποίος είναι πιθανό να ενισχύσει τη μελλοντική αγορά του πρωτοτύπου (Poddar, 2006: 54 - 5).

Το 1999 η μουσική βιομηχανία ανέλαβε την πρωτοβουλία για την ίδρυση της κοινοπραξίας SDMI (*Secure Digital Music Initiative*), σε συνεργασία με 160 άλλες εταιρίες (λογισμικού, τράπεζες, τηλεπικοινωνιακές εταιρίες κ.α.), με στόχο τη δημιουργία ενός διεθνούς συστήματος διαχείρισης των ψηφιακών δικαιωμάτων (*DRM: Digital Rights Management System*) και ειδικότερα την παραγωγή

προτύπων υδατογράφησης (*watermarks*) για την ασφαλή ψηφιακή διακίνηση των μουσικών προϊόντων (Wallis, 2001: 1000; McCourt & Burkart, 2003: 342; Leyshon, 2001: 70). Τελικά το σχέδιο αυτό όμως δεν προχώρησε, εξαιτίας των συγκρουόμενων συμφερόντων των εταιρών, αλλά και του ιδεολογικού χάσματος αναφορικά με τα όρια του copyright: πόσο άκαμπτα και αυστηρά πρέπει να είναι και ποιο ποσοστό ευελιξίας και χαλαρότητας επιτρέπεται (Leyshon, 2001: 71).

Γενικά, τα τεχνολογικά μέτρα για προστασία από την αντιγραφή (*copy-protection techniques*) ποικίλουν και έχουν ως στόχο την πάταξη της δημιουργίας ψηφιακών αντιγράφων από τους καταναλωτές και τον έλεγχο – ή μάλλον την ανάκτηση του ελέγχου - της πρόσβασης στο περιεχόμενο από τους κατόχους των πνευματικών δικαιωμάτων. Όπως αναφέρει ο Wijk (2002: 8), οι τεχνολογίες αυτές χρησιμοποιούν “εξειδικευμένη, κωδικοποιημένη γνώση ώστε να επιβάλλουν φραγμούς στη μίμηση.”

Πέρα από το υδατογράφημα, άλλες τεχνικές που χρησιμοποιούνται για τη δημιουργία των αποκαλούμενων ‘*stealth*’ CD (‘ύπουλα’ ή ‘λαθραία’) είναι οι εξής: α. κρυπτογράφηση (*encryption*): η πληροφορία κρυπτογραφείται και για την ανάγνωση της απαιτείται κλειδί αποκωδικοποίησης, β. παραμόρφωση (*distortion*): εισάγεται ψηφιακή παραμόρφωση στο CD, αλλοιώνοντας τον ήχο όταν τα μουσικά κομμάτια αντιγράφονται στον υπολογιστή, γ. εξαπάτηση με αρχεία – κράχτες (*spoofing*): η μουσική βιομηχανία εξαπολύει επίθεση στα P2P δίκτυα με πλαστά αρχεία (*dummy tracks*) τα οποία φαίνονται όμοια με τα υπό αναζήτηση αρχεία ή με κατεστραμμένα αρχεία (*corrupted files*), ξεγελώντας τους χρήστες. Βέβαια, τα ποσοστά επιτυχίας των παραπάνω τεχνολογιών έχουν αποδειχτεί έως σήμερα απογοητευτικά χαμηλά, με τις τεχνολογίες να είναι τρωτές στο ‘σπάσιμο’ του κώδικα (*code-cracking*) (Wijk, 2002: 7 – 8, 11).

4. 2 “Άρξάτε πυρ (*peer*)!” Σύνομη ανασκόπηση σημαντικών δικαστικών διαμαχών

Την ίδια χρονιά, το 1999, η R.I.A.A. (*Recording Industry Association of America*), δηλαδή η Ένωση Δισκογραφικών Εταιριών της Αμερικής υποβάλλει αίτηση ασφαλιστικών μέτρων κατά του Napster, πάνω που είχε γίνει κυριολεκτικά μια ‘*killer-app*’. Το Napster χάνει την υπόθεση και στους δύο βαθμούς: καταδικάζεται πρωτοδίκως και σε δεύτερο βαθμό με την κατηγορία της “συνεργίας και ευθύνης εξ’ υποκαταστάσεως” (“*contributory and vicarious copyright infringement*”), δηλαδή για την ‘έμμεση’ ή ‘δευτερεύουσα’ (*vicarious*) συμβολή στην καταπάτηση πνευματικής ιδιοκτησίας, επειδή παρείχε τα απαραίτητα τεχνολογικά μέσα στους χρήστες και διαχειριζόταν τον κεντρικό κατάλογο αναζήτησης μεταδεδομένων, συνεπώς διευκόλυνε την παράνομη πράξη της προσβολής των πνευματικών δικαιωμάτων (Δεληγιάννη, 2007: 7). Ο κεντρικός χαρακτήρας της αρχιτεκτονικής του συστήματος αποτέλεσε και τη νομική “αχίλλειο πτέρνα”, το ευάλωτο σημείο του Napster (Mccourt & Burkart, 2003: 339).

Η αποκεντρωμένη δομή του δικτύου στις περιπτώσεις της δεύτερης γενιάς λογισμικών Kazaa και Grokster συνέβαλλε στη λήψη αθωωτικών αποφάσεων για τις εταιρείες διακίνησης αυτών των προγραμμάτων. Η αιτιολογία του δικαστηρίου ήταν η δυνατότητα για πολλαπλές νόμιμες χρήσεις των συγκεκριμένων προϊόντων λογισμικού αλλά και η αδυναμία των εταιριών να ελέγξουν τις παράνομες χρήσεις από τους χρήστες, “η αδυναμία άσκησης οποιουδήποτε ελέγχου στη δραστηριότητα της ανταλλαγής των αρχείων [...]” (Δεληγιάννη, 2007: 8). Παρ’ όλα αυτά οι αρχικές ευνοϊκές αποφάσεις στις υποθέσεις Kazaa και Grokster ανατράπηκαν με την απόφαση του Ανώτατου Δικαστηρίου των Ηνωμένων Πολιτειών το 2005. Η επιχειρηματολογία ήταν ότι εφόσον οι εταιρείες αυτές διανέμουν ένα λογισμικό με σκοπό – όπως προέκυπτε από τα διαφημιστικά της εταιρείας – την παράνομη χρήση για προσβολή πνευματικής ιδιοκτησίας, στοιχειοθετείται ενοχή με βάση το κριτήριο της ενθάρρυνσης ή παρακίνησης των χρηστών για τέλεση παράνομων πράξεων (“the inducement rule”). Υπάρχει δηλαδή πρόθεση από την πλευρά των διανομέων για διευκόλυνση της προσβολής πνευματικής ιδιοκτησίας και οι πιθανές νόμιμες εφαρμογές δεν τους απαλλάσσουν (Δεληγιάννη, 2007: 8).

Ακολουθεί νέα καταδίκη του Kazaa από το Ανώτατο Δικαστήριο της Αυστραλίας το 2005. Η προσβολή πνευματικής ιδιοκτησίας θεωρήθηκε άμεση, επειδή η εταιρεία όχι μόνο δεν έλαβε μέτρα για αποτροπή της προσβολής, αλλά επιπλέον προέτρεπε τους χρήστες στις παράμονες ανταλλαγές. Η ύπαρξη προειδοποίησης στην ιστοσελίδα (*copyright disclaimer*) σχετικά με τον παράνομο χαρακτήρα της ανταλλαγής έργων τελούντων υπό πνευματική προστασία δεν θεωρήθηκε ως αποτελεσματικό και επαρκές μέτρο (Δεληγιάννη, 2007: 9).

4.3 “Στο πυρ (peer) το εξώτερον!” Η δαιμονοποίηση του χρήστη και το κυνήγι μαγισσών

Το επόμενο στάδιο στη σταυροφορία διώξεων που εξαπέλυσε η ‘δικαιούχος’ μουσική βιομηχανία ήταν οι ίδιοι οι χρήστες και παράλληλα οι πάροχοι διαδικτύου, από τους οποίους ζητήθηκαν σε πολλές περιπτώσεις οι διευθύνσεις IP των συνδρομητών που βαρύνονταν με την κατηγορία της παράνομης ανταλλαγής μουσικών αρχείων. Στις πρώτες τέτοιες περιπτώσεις υποθέσεων, οι χρήστες καταδικάζονται με τα εξής επιχειρήματα: 1. Η παράνομη προέλευση του ψηφιακού αντιτύπου του έργου και η συνακόλουθη παράνομη αναπαραγωγή μέσω του *downloading* (δεν εφαρμόζεται συνεπώς η εξαίρεση της αναπαραγωγής για ιδιωτική χρήση), 2. Η παράνομη διάθεση σε άλλους χρήστες. Σε μεταγενέστερες υποθέσεις παρατηρείται μια στροφή των γαλλικών δικαστηρίων προς την εφαρμογή της εξαίρεσης της αναπαραγωγής για ιδιωτική χρήση στις αποφάσεις τους. Επιπλέον λαμβάνεται υπόψη η απουσία του τεκμηρίου κακής πίστης ή δόλου (πρόθεσης προσβολής της πνευματικής ιδιοκτησίας) αλλά και η απουσία τεκμηρίου άρνησης των δικαιούχων για παροχή άδειας διάθεσης των μουσικών τους

έργων στο κοινό. Παράλληλα, το κριτήριο της “νομιμότητας της πηγής αναπαραγωγής” δεν εφαρμόστηκε σε ανάλογες αποφάσεις (Δεληγιάννη, 2007: 9 - 11).

Δεδομένου ότι άλλες αποφάσεις εφάρμοσαν το προαναφερθέν κριτήριο της νομιμότητας και καταδίκασαν τους χρήστες, διαφαίνεται η θολότητα του νομικού τοπίου μέσα από την οποία αναδύονται καίρια ζητήματα νομικής αξιολόγησης και χαρακτηρισμού των πράξεων των χρηστών, καθώς και το αβέβαιο της έκβασης της εκάστοτε υπόθεσης ανάλογα με τα ιδιαίτερα χαρακτηριστικά αυτής (Δεληγιάννη, 2007: 11 - 12). Η επιστράτευση νομικών μηχανισμών για την αντίπραξη στην ανταλλαγή αρχείων δεν είναι και τόσο συμφέρουσα οικονομικά και κοστίζει, χωρίς να είναι και αποτελεσματική (Alexander, 2002: 160; Koester, 2008: 6). Όπως χαρακτηριστικά αναφέρει η Sherman: “Οι δικαστικοί αγώνες δεν είναι επιχειρηματική στρατηγική. Τελικά, η καλύτερη απάντηση στην online πειρατεία είναι η νόμιμη εναλλακτική” (2001, όπως αναφέρει ο Fox, 2004: 203).

Το 2008 η μουσική βιομηχανία στρέφεται δικαστικά ενάντια στο TPB με την κατηγορία της συνωμοσίας για παραβίαση του νόμου πνευματικής ιδιοκτησίας στη Σουηδία. Στη δίκη που ακολούθησε το 2009 οι κατηγορούμενοι κρίθηκαν ένοχοι επειδή “βοηθούν στη διάθεση προστατευμένου περιεχομένου” και καταδικάστηκαν σε μονοετή φυλάκιση και καταβολή προστίμου. Εκκρεμεί η εκδίκαση της έφεσης (Tan, 2010).

5. Η ΠΟΛΙΤΙΚΟ-ΙΔΕΟΛΟΓΙΚΗ ΔΙΑΣΤΑΣΗ

Όπως αναφέρει ο Stallman, τα μεγαθήρια που λυμαίνονται των δικαιωμάτων πνευματικής ιδιοκτησίας διαμορφώνουν προπαγανδιστικά το δημόσιο λόγο τους (*discourse*) περί της διαδικτυακής ανταλλαγής αρχείων, με τις ιδεολογικά φορτισμένες ετικέτες “κλοπή του copyright” (*copyright theft*) και ‘πειρατεία’, ώστε να προκαταλαμβάνουν αρνητικά τη δημόσια γνώμη και να καλλιεργούν ένα κλίμα μισαλλοδοξίας και διαστρέβλωσης. Όπως λέει ο Stallman με μια δόση χιούμορ, είναι σαν να θεωρείται ότι “η πράξη του μοιράσματος με το γείτονα είναι το ηθικό ισοδύναμο της πειρατικής επίθεσης σε ένα πλοίο” (2001, όπως αναφέρει ο Leyshon, 2003: 543). Το μοίρασμα μουσικής και ο μουσικόφιλος της διπλανής πόρτας ποινικοποιούνται και στιγματίζονται (*criminalization of sharing*).

Η μουσική πειρατεία είναι μια πολιτική πράξη γιατί εναντιώνεται στη νεοφιλελεύθερη λογική του υπερκέρδους και του απόλυτου ελέγχου της ολιγαρχικής μουσικής βιομηχανίας, αφηφώντας την ιδεολογία της (Kasaras, 2002). Ο Easley τη χαρακτηρίζει ως μια έκφανση πολιτικής ανυπακοής ή απειθείας κατά της αρχής (*civil disobedience*), ένα είδος κοινωνικού κινήματος ενάντια στον ασφυκτικό εναγκαλισμό του νόμου για την προστασία της πνευματικής ιδιοκτησίας (2005: 166).

Η μουσική πειρατεία έχει χαρακτηριστεί ως ένα κοινωνικό κίνημα που απορρίπτει τις καπιταλιστικές αρχές, που αντιστρατεύεται τον αποκαλούμενο καπιταλισμό του copyright (*copyright*

capitalism), ωσάν ένα είδος ‘ηλεκτρονικού κομμουνισμού’ (*dot-communism*) (Condry, 2004: 348; Leyshon, 2003: 533).

Στην αντίληψη των ανθρώπων μεταλλάσσεται η ιδέα της ιδιοκτησίας των πνευματικών αγαθών, επανεφευρίσκεται το ίδιο το βαθιά ριζωμένο καπιταλιστικό σύστημα. Έτσι η σταδιακή νοητική επανίδρυση του ίδιου του πνευματικού μόχθου και της καλλιτεχνικής έκφρασης απειλεί να ξεσκεπάσει το νεοφιλελεύθερο οικονομικό μοντέλο, το οποίο καλύπτεται πίσω από την ξύλινη γλώσσα των δικαιωμάτων και της ιδιοκτησίας. Η πνευματική ιδιοκτησία τίθεται υπό αίρεση (*counter-property discourse*) και οι φωνές ιδεολογικής αμφισβήτησης που ορθώνονται, θέτουν σε κίνηση έναν μηχανισμό επαναπροσέγγισης της έννοιας της ανθρώπινης ευημερίας, της πανανθρώπινης κουλτούρας με τον άνθρωπο και όχι την εταιρεία στο επίκεντρο (βλ. Halbert, 2005: 6).

6. ΗΘΙΚΑ ΚΑΙ ΝΟΜΙΚΑ ΖΗΤΗΜΑΤΑ

Στη σύγχρονη Κοινωνία της Πληροφορίας και την επερχόμενη Κοινωνία της Γνώσης, το δικαίωμα του ατόμου στην πληροφόρηση και κατ’ επέκταση η ελεύθερη και απρόσκοπτη επικοινωνία είναι *sine qua non*, θεμέλιο μιας δημοκρατικής κοινωνίας δίχως ασυμμετρίες και ψηφιακά χάσματα (Δεληγιάννη, 2007: 3). Σε φτωχές χώρες όπου το μηνιαίο εισόδημα των χαμηλών κοινωνικοοικονομικών τάξεων είναι απελπιστικά χαμηλό, η πειρατεία δεν είναι τίποτα άλλο παρά μια υγιής αντίδραση στις απλησίαστες τιμές που επιβάλλει αλόγιστα η μουσική βιομηχανία. Οι υψηλές τιμές περιορίζουν την πρόσβαση στη μουσική των οικονομικά ασθενέστερων, επομένως πλήττουν τον ίδιο τον πολιτισμό (Bishop, 2004: 105). Κεντρικό ζήτημα στρατηγικής σημασίας είναι ο έλεγχος της πληροφορίας, ο έλεγχος του περιεχομένου (Easley *et al.*, 2003: 91).

Η κοινωνία των πολιτών ανθίσταται και αντιτίθεται στην ‘κυριαρχία του κώδικα’: όπως γράφει και ο Lessig (1999, όπως αναφέρει ο Wijk, 2002: 11), “ο κώδικας έχει γίνει ο νόμος” (“*code has become law*”) και ασκεί ρυθμιστική εξουσία σε όλες τις εκφάνσεις της ζωής, έχοντας υπερκεράσει το ίδιο το νομικό σύστημα. Κατά τους Kretschmer *et al.* “υπάρχει μια συνεχιζόμενη διεθνής πίεση για επέκταση των δικαιωμάτων πνευματικής ιδιοκτησίας σε βάθος και εύρος μέσω των διεργασιών των συνομιλιών για το ελεύθερο εμπόριο (βλ. *GATT - General Agreement on Tariffs and Trade, WTO - World Trade Organisation*), των οργανισμών των Ηνωμένων Εθνών (βλ. *WIPO - World Intellectual Property Organization*) και των ενοποιημένων αγορών (βλ. *Ευρωπαϊκή Ένωση*)” (2001: 434). Όπως αναφέρει η Halbert, “το *Napster* και οι διάδοχοι του παρείχαν στους ανθρώπους ένα χώρο για να ξεκινήσουν τη δημόσια δημιουργία μιας εναλλακτικής στο *copyright*.” (2005: 83).

Πρέπει να δοθεί ιδιαίτερη έμφαση στο γεγονός της σύγχρονης διεύρυνσης της παραδοσιακής έννοιας της πειρατείας με την επέκταση και τη διαρκώς εντεινόμενη αυστηροποίηση του θεσμού της

πνευματικής ιδιοκτησίας, καθώς και στην εντατικοποίηση των τεχνολογικών μέτρων προστασίας (Δεληγιάννη, 2007: 14). Πλέον, η ανταλλαγή αρχείων ως αυθόρμητη, δημιουργική επικοινωνιακή διαδικασία έχει ποινικοποιηθεί και ο κλοιός γύρω από τον απλό χρήστη σφίγγει απειλητικά (Δεληγιάννη, 2007: 12), ωσάν μία ‘μέγγην του *copyright*’ (*copyright grab*), κατά τα λεγόμενα του Hugenholtz (όπως αναφέρουν οι McCourt & Burkart, 2003: 345). Όπως σημειώνει η Δεληγιάννη, θα ήταν σκόπιμο “[...] να χαρακτηριστεί από τη σκοπιά του δικαίου πνευματικής ιδιοκτησίας η διαδικτυακή ανταλλαγή πνευματικών έργων ως ενιαία επικοινωνιακή πράξη” (2007: 15). Ο Easley θέτει το ερώτημα: “Η μουσική πειρατεία είναι ξεκάθαρα παράνομη, είναι όμως και ανήθικη;” (2005: 166).

Πρέπει να δοθεί έμφαση στο γεγονός ότι το υπάρχον νομικό πλαίσιο που ρυθμίζει τα δικαιώματα πνευματικής ιδιοκτησίας διαμορφώθηκε στην οικονομική πραγματικότητα που ίσχυε πριν από την έλευση του διαδικτύου. Συνεπώς, η σύγχρονη εποχή των νέων μέσων συνεπάγεται νέες πρακτικές, νέες πραγματικότητες που απαιτούν ριζική αλλαγή οπτικής αλλά και ανανέωση του νομικού πλαισίου ώστε να προσαρμοστεί στη νέα τάξη πραγμάτων (Tan, 2010).

Η Δεληγιάννη παραθέτει τα εξής νομικά ζητήματα που έχουν ανακύψει στην ψηφιακή εποχή αναφορικά με την πνευματική ιδιοκτησία, τα οποία αναφέρονται επιγραμματικά (2007: 12 - 14):

1. Είναι υποχρεωτική η κατοχή νόμιμου αντιτύπου του έργου για το κατέβασμα και την αναπαραγωγή;

2. Ποια είναι η έννοια της ‘νόμιμης χρήσης’ (*fair use*, δηλαδή η δημιουργία και χρήση αντιγράφων για ιδιωτική, μη-εμπορική, μη-κερδοσκοπική χρήση) ή αντίστοιχα του ‘νόμιμου χρήστη’ (*fair user*) στο νέο τοπίο που έχει αναδυθεί; Η χρήση πλέον χαρακτηρίζεται ως νόμιμη ή παράνομη, για την οποία χρειάζεται άδεια του δημιουργού (βλ. ό.π.: σ. 16; Dolfsma, 2004: 3). Επιβάλλεται να γίνει ξεκάθαρη διάκριση μεταξύ της εμπορικής και της προσωπικής χρήσης, όπως υποστηρίζει ο Lawrence Lessig (2008, όπως αναφέρει ο Tan, 2010). Το ζήτημα της διαχείρισης ψηφιακών δικαιωμάτων και των τεχνολογικών μέτρων προστασίας άπτεται του διφορούμενου πεδίου της αντιγραφής μη-εμπορικού χαρακτήρα για ιδιωτική χρήση (*non-commercial copying for private use*). Επιπλέον αναδύεται για ακόμη μία φορά η γενικότερη ασάφεια αναφορικά με το ποια χρήση είναι νόμιμη και ιδιωτική αλλά και όσον αφορά το πού χαράσσεται η λεπτή κόκκινη διαχωριστική γραμμή από την παραβίαση του *copyright* (Wijk, 2002: 9 - 10). Οι καταναλωτές υπερασπίζονται το δικαίωμα τους να είναι ελεύθεροι να διαμορφώνουν την ιδιωτική χρήση αγορασμένων αγαθών όπως αυτοί κρίνουν και επιθυμούν (Wijk, 2002: 10).

3. Πρέπει το πρόσωπο που ‘κατεβάζει’ να ταυτίζεται με το πρόσωπο που κάνει την αναπαραγωγή;

4. Γιατί να γίνεται διάκριση μεταξύ αναλογικών και ψηφιακών τεχνολογιών ή μεταξύ αναλογικού και ψηφιακού περιβάλλοντος όσον αφορά την ιδιωτική χρήση και αναπαραγωγή;

5. Το τέστ των τριών σταδίων (εξαιρέσεις στους περιορισμούς και τις εξαιρέσεις των πνευματικών δικαιωμάτων α. σε ειδικές περιπτώσεις, β. δεν προκαλείται βλάβη στην κανονική εκμετάλλευση του έργου και γ. δεν προκαλείται αδικαιολόγητη βλάβη στα έννομα συμφέροντα του δημιουργού, βλ. Δεληγιάννη, 2007: 5 – 6) απευθύνεται στο νομοθέτη ή στο δικαστή;

6. “*Το παραδοσιακό δικαίωμα αναπαραγωγής μεταλλάχθηκε σε ένα δικαίωμα ελέγχου της πρόσβασης*”. Διαστρεβλώνεται δηλαδή η όλη φιλοσοφία του θεσμού της πνευματικής ιδιοκτησίας, αφού αντί να διευκολύνεται η επαφή του ατόμου με την πνευματική δημιουργία, δυσχεραίνεται η πρόσβαση μέσω πολλαπλών προσκομιμάτων, με αποτέλεσμα να θίγονται θεμελιώδη ανθρώπινα δικαιώματα όπως αυτό της πληροφόρησης, της έκφρασης και της ‘*επικοινωνιακής αυτοδιάθεσης*’ (ό.π.: 17). Η γνώση και τα αποκυήματα του πολιτισμού περιχαράκωνονται, περιφρουρούνται, μετατρέπονται σε αυστηρά ελεγχόμενη ιδιοκτησία, αφού η μουσική βιομηχανία τα ιδιοποιείται με κάθε δυνατό τρόπο και οι παρανόμως εισερχόμενοι διώκονται ποινικά (“*No trespassers!*”) (βλ. McCourt & Burkart, 2003: 345). Το όραμα και το ιδεώδες για την πολιτιστική δημιουργία σε μία ανοιχτή κοινωνία είναι η απελευθέρωση της δημιουργικότητας η μαζική πρόσβαση στην τέχνη, κόντρα στη στείρα εμπορευματοποίηση και ιδιωτικοποίηση της κουλτούρας (Condry, 2004: 360).

7. Μήπως τίθεται συνολικά ζήτημα κρίσης νομιμοποίησης του θεσμού της πνευματικής ιδιοκτησίας στον κυβερνοχώρο; (Δεληγιάννη, 2007: 15). Σε αυτό συνηγορεί και ο Shirky: “*Το μεγάλο ερώτημα [...] είναι το κατά πόσο θα αντέξει η ισχύουσα νομική δομή του copyright*” (2001, όπως αναφέρει ο Kasaras, 2002).

Αξίζει να σημειωθεί η επιθετική επέκταση των δικαιωμάτων του κεφαλαίου επί της πνευματικής ιδιοκτησίας, ιδιαίτερα από το 1998 και εξής - η οποία αποτελεί συνέχεια της σταθερής τάσης επιμήκυνσης των περιόδων ισχύος των δικαιωμάτων: τότε παρατάθηκε η ισχύς των πνευματικών δικαιωμάτων των πολιτιστικών βιομηχανιών σε 95 χρόνια με τη “*Sonny Bono Copyright Term Extension Act*” στις Η.Π.Α. Ανάλογη ρύθμιση είχε γίνει και στην ΕΕ λίγα χρόνια νωρίτερα, το 1993. Οι ενορχηστρωμένες κινήσεις των πολυεθνικών για διασφάλιση των κεκτημένων τους και πολιόρκηση της πνευματικής ιδιοκτησίας αποτυπώνεται εν συντομία στα παρακάτω σημεία: α. επέκταση του εννοιολογικού περιεχομένου του copyright, β. περιορισμός της κονίστρας του fair use και γ. η δημιουργία νέων πνευματικών δικαιωμάτων (Leyshon, 2003: 537).

7. ΑΛΛΑΓΗ ΚΑΙ ΕΠΑΝΙΔΡΥΣΗ ΤΗΣ ΜΟΥΣΙΚΗΣ ΒΙΟΜΗΧΑΝΙΑΣ: ΑΠΟ ΤΗ ΜΟΥΣΙΚΗ 1.0 ΣΤΗ ΜΟΥΣΙΚΗ 2.0;

Η μουσική αγορά αλλάζει σταθερά και σταδιακά και η αναδιανομή ισχύος είναι μια πραγματικότητα. Ένα χαρακτηριστικό παράδειγμα αυτής της αλλαγής είναι η κατακόρυφη αύξηση των διαδικτυακών πωλήσεων (*sales of music downloads*) και ειδικότερα των πωλήσεων με ελεύθερη επιλογή, όπου ο χρήστης επιλέγει και κατεβάζει μεμονωμένα τραγούδια πληρώνοντας το αντίστοιχο αντίτιμο (*a la carte downloads* ή μοντέλο *pay-per-download* με τις δύο μορφές του *pay-per-track* και *pay-per-album*). Η υπηρεσία iTunes Music Store της Apple είναι η δημοφιλέστερη (βλ. Easley, 2005: 164). Η τάση αυτή ενισχύεται και από τη δυναμική διείσδυση των φορητών συσκευών αναπαραγωγής mp3 (βλ. *mp3 players, iPod*).

Ένα ζήτημα που τίθεται είναι η χρέωση, η οποία πρέπει να είναι αρκούντως ελκυστική αλλά και ανάλογη με τη δημοφιλία ενός μουσικού κομματιού. Η διανομή μουσικής μέσω διαδικτύου μειώνει τα ενδιάμεσα στρώματα στην παραδοσιακή αλυσίδα διανομής, δηλαδή μειώνει το βαθμό διαμεσολάβησης και τη δύναμη των μεγάλων εταιρειών. Η μουσική βιομηχανία καλείται συνεπώς να προσαρμοστεί στο νέο ηλεκτρονικό επιχειρηματικό περιβάλλον (*e-commerce*), να επανεξετάσει τους ρόλους της, προσφέροντας ανταγωνιστικές τιμές και ασύγκριτη ποιότητα ώστε να κερδίσει τους μουσικόφιλους καταναλωτές (Fox, 2004: 202 – 4, 210 - 11). Όπως αναφέρουν οι Lam & Tan (2001: 64) “*οι βασικοί παράγοντες της μουσικής βιομηχανίας πρέπει να επανεξετάσουν την πρόταση αξίας τους (value proposition) ώστε να συνεχίσουν να έχουν σημασία*”.

Ποικίλα εναλλακτικά επιχειρηματικά μοντέλα έχουν προταθεί στην αγορά μουσικής. Ένα από αυτά είναι το λεγόμενο ‘μοντέλο μετάδοσης’ (*broadcasting model*) ή αλλιώς ‘μοντέλο ελεύθερου περιεχομένου’ (*free content model*) ή ‘δίκαιο μοντέλο’ (*equity model*), το οποίο έχει λάβει υποστήριξη από το κίνημα ανοιχτού κώδικα (*open source movement*). Σύμφωνα με αυτό το μοντέλο, η πραγματική αξία προς εκμετάλλευση είναι το ίδιο το κοινό και όχι το μουσικό προϊόν αυτό καθ’ αυτό. Η μουσική παρέχεται δωρεάν και τα έσοδα προέρχονται από συσχετιζόμενα, συμπληρωματικά προϊόντα (*complementary goods*), από τις διαφημίσεις και από εξόρυξη προσωπικών δεδομένων των χρηστών (δημογραφικά στοιχεία και προτιμήσεις) τα οποία στη συνέχεια πωλούνται στις διαφημιστικές εταιρείες. Η κριτική που έχει διατυπωθεί είναι η απαξίωση της ίδιας της μουσικής αλλά και ο περιορισμός των κινήτρων των καλλιτεχνών για δημιουργία μουσικής (Fox, 2004: 207 - 8).

Στο συνδρομητικό μοντέλο (*subscription model*), ο καταναλωτής καταβάλλει συνήθως μια μηνιαία συνδρομή προκειμένου να αποκτήσει πρόσβαση σε έναν μουσικό κατάλογο για όσα downloads επιθυμεί. Το κύριο πλεονέκτημα μιας συνδρομητικής υπηρεσίας μουσικής είναι ότι είναι ιδιαίτερα δελεαστική για τους λεγόμενους ‘λανθάνοντες’ ή ‘κοιμώμενους’ καταναλωτές (*sleepers*), αυτούς δηλαδή

που αγοράζουν περισσότερη μουσική όσο αυξάνεται η ευκολία πρόσβασης και η διαθεσιμότητα. Οι κύριες συνδρομητικές υπηρεσίες στις οποίες συμμετέχουν οι μεγάλες πολυεθνικές είναι η MusicNet (EMI, Warner, BMG) και η PressPlay (πρώην Duet: Sony, EMI, Universal). Και εδώ τίθεται το καίριο ζήτημα του κατά πόσο ο καταναλωτής είναι διατεθειμένος να πληρώσει για κάτι που μπορεί να βρει αλλού εντελώς δωρεάν (Fox, 2004: 208 - 9). Βέβαια ο Easley αναφέρει ότι υπάρχουν άμεσες και έμμεσες αποδείξεις ότι το κοινό είναι διατεθειμένο να πληρώσει για νόμιμα downloads μουσικής (2005: 165).

8. ΣΥΜΠΕΡΑΣΜΑΤΑ

Η εύρεση της χρυσής τομής μεταξύ των συμφερόντων των δικαιούχων και των συμφερόντων των χρηστών – δημόσιων και ιδιτικών συμφερόντων (Wijk, 2002: 11) και ειδικότερα η επίτευξη της ισορροπίας μεταξύ δημιουργού, δημιουργικών ή πολιτιστικών βιομηχανιών (*creative/cultural industries*) και καταναλωτικού κοινού – χρήστη, συνιστά μια κορυφαία και περίπλοκη πρόκληση, λόγω της ιδιαιτερότητας της ψηφιακής σφαίρας και με γνώμονα την περιφρούρηση του πολιτιστικού πλουραλισμού και της δημιουργικής πολυμορφίας. Ο θεσμός της πνευματικής ιδιοκτησίας καλείται να συμπορευτεί με τις ραγδαίες τεχνολογικές εξελίξεις και να ‘μεταλλαχθεί’, όπως ακριβώς έχει μεταλλαχθεί και η έννοια του δημιουργού στην εποχή του *remix culture* (Δεληγιάννη, 2007: 20 - 21).

Είναι γεγονός ότι οι συγκεντρωτικές, κολοσσιαίες μουσικές πολυεθνικές είναι αυτές που κατά κύριο λόγο νέμονται τα πνευματικά δικαιώματα. Τα πνευματικά δικαιώματα δεν ανήκουν στο δημιουργό, τον οποίο συνεχώς επικαλείται η μουσική βιομηχανία όταν υποκριτικά και μεγαλόστομα εκφράζει την αγωνία της για το μέλλον του μουσικού πολιτισμού. Οι αγωνιώδεις κραυγές για επιβίωση της μουσικής βιομηχανίας είναι το προπέτασμα καπνού ενός δυστοπικού, ζοφερού μέλλοντος όπου η μουσική δημιουργία θα είναι αποκλειστική ιδιοκτησία των εταιρειών και όχι των ανθρώπινων μονάδων. Η μουσική όμως είναι ένα ζωτικό κομμάτι των σύγχρονων κοινωνιών. Δεν είναι απλώς ένα προϊόν προς εκμετάλλευση και διαπραγμάτευση, αλλά τμήμα της κοινής πολιτιστικής και καλλιτεχνικής κληρονομιάς που ανήκει στους λαούς (βλ. Halbert, 2005: 80).

Το διαδίκτυο παρέχει μια πληθώρα ευκαιριών και μέσων για διεύρυνση των μουσικών οριζόντων των χρηστών, για την εξοικείωση τους με άγνωστα είδη μουσικής, τα οποία ύπο άλλες συνθήκες θα παρέμεναν *terra incognita*. Η προβληματική αυτή άπτεται σαφέστατα της μακροδομικής πολιτιστικής πολιτικής, της προστασίας της δημιουργικής πρωτοτυπίας αλλά και της κοινωνικής μάθησης (Δεληγιάννη, 2007: 22 - 23).

9. ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ

Δεληγιάννη, Ε. (2007). Πνευματική ιδιοκτησία και επικοινωνία την εποχή του Διαδικτύου: Νομικό πλαίσιο και προοπτικές για την διαδικτυακή ανταλλαγή μουσικών αρχείων. *ΔιΜΕΕ* Vol. 4 (έτος 4ο). 2 – 23.

Alexander, P. (2002). Peer-to-peer file sharing: the case of the music recording industry. *Review of Industrial Organization* 20 (2). 151 – 161.

Balaban, D. (2001). The battle of the music industry: the distribution of audio and video works via the Internet, music and more. *Fordham Intellectual Property, Media & Entertainment Law Journal*. Vol. 12. 235 – 288.

Bishop, J. (2004). Who are the pirates? The politics of piracy, poverty, and greed in a globalized music market. *Popular Music and Society* 27 (1). 101 – 106.

Bockstedt, J. C., Kauffman, R. J. & Riggins, F. J. (2005). The move to artist-led online music distribution: explaining structural changes in the digital music market. *Paper presented at the 2005 Hawaii International Conference on System Sciences, Big Island, Hawaii*. 1 – 29.

Condry, I. (2004). Cultures of music piracy: An ethnographic comparison of the US and Japan. *International Journal of Cultural Studies* 7 (3). 343 – 363.

Easley, R. F., Michel, J. G. & Devaraj, S. (2003). The mp3 open standard and the music industry's response to internet piracy. *Communications of the ACM* 46 (11). 91 – 96.

Easley, R. F. (2005). Ethical issues in the music industry response to innovation and piracy. *Journal of Business Ethics* 62 (2). 163 – 168.

Einbrodt, U. D. (2001). The juxtaposition of good and bad or: legal and illegal downloads – The mp3 format and its chances for musicians and fans.

<http://geb.uni-giessen.de/geb/volltexte/2001/590> (accessed 15 - 12 - 2010)

- Fox, M. (2004). E-commerce business models for the music industry. *Popular music and Society* 27 (2). 201 – 220.
- Garofalo, R. (1999). From music publishing to mp3: Music and industry in the twentieth century. *American Music* 17 (3). 318 – 354.
- Halbert, D. J. (2005). *Resisting intellectual property*. London & New York: Routledge – Taylor & Francis Group.
- Jones, S. (2000). Music and the Internet. *Popular Music* 19 (2). 217 – 230.
- Kasaras, K. (2002). Music in the age of free distribution: mp3 and society. *First Monday* 7 (1). Electronic peer-reviewed journal on the internet – University of Illinois at Chicago University Library. (<http://www.uic.edu/htbin/cgiwrap/bin/ojs/index.php/fm/issue/view/141>, accessed 16-12-2010).
- Kinnally, W., Lacayo, A., McClung, S. & Sapolsky, B. (2008). Getting up on the download: college students' motivations for acquiring music via the web. *New Media Society* 10(6). 893 – 913.
- Koester, C. (2008). Combating music piracy: the recording industry's legal pursuit of online copyright infringers. HOD 2880 – Arts Policy (Senior). 1 – 22.
- Kretschmer, M., Klimis, G. M. & Wallis, R. (2001). Music in electronic markets. An empirical study. *New Media & Society* 3 (4). 417 – 441.
- Lam, C. K. M. & Tan, B. C. Y. (2001). The internet is changing the music industry. *Communications of the ACM* 44 (8). 62 – 68.
- Leyshon, A. (2001). Time-space (and digital) compression: software formats, musical networks, and the reorganisation of the music industry. *Environment and Planning A* 33 (1). 49-77.
- Leyshon, A., Webb, P., French, S., Thrift, N. & Crewe, L. (2005). On the reproduction of the musical economy after the Internet. *Media, Culture & Society* 27 (2). 177 – 209.

Leyshon, A. (2003). Scary monsters? Software formats, peer-to-peer networks, and the spectre of the gift. *Environment and Planning D: Society and Space* 21 (5). 533 – 558.

McCourt, T. & Burkart, P. (2003). When creators, corporations and consumers collide: Napster and the development of on-line music distribution. *Media, Culture & Society* 25 (3). 333-350.

Poddar, S. (2006). Music product as a durable good and online piracy. *Review of Economic Research on Copyright Issues* 3 (2). 53 – 66.

Spitz, D. & Hunter, S. (2003). The social construction of Napster. MIT Sloan School of Management (MIT Sloan No. 4445-03). 1 – 36.

Sterne, J. (2006). The mp3 as cultural artifact. *New Media Society* 8 (5). 825 – 842.

Tan, L. (2010). The Pirate Bay. Countervailing power and the problem of state organized crime. *CTheory* (international peer-reviewed journal of theory, technology and culture, Editors: Arthur & Marilouise Kroker). tbc011 (Theory Beyond the Codes, 25/11/2010).
www.ctheory.net/articles.aspx?id=672

Wallis, R. (2001). Business as usual or a real paradigm shift? The music industry's response to e-commerce technology and ideology. In B. Stanford-Smith & E. Chiozza (Eds.). *E-work and E-commerce: Novel solutions and practices for a global networked economy (Vol. 2)*. Amsterdam: IOS Press. 998 – 1004.

Wijk, van J. (2002). Dealing with piracy: Intellectual asset management in music and software. *ERIM (Erasmus Research Institute of Management) Report Series: ERS-2002-86-ORG (Research in management)*. 1 – 18.