

NIEFORMALNE KANAŁY DYSTRYBUCJI DÓBR KULTUROWYCH W INTERNECIE

SŁAWOMIR CZETWERTYŃSKI¹

Uniwersytet Ekonomiczny we Wrocławiu

¹ e-mail: slawomir.czetwertynski@ue.wroc.pl

SŁOWA KLUCZOWE

kanały dystrybucji, internet, dobra kulturowe, rozrywka

STRESZCZENIE

Niniejszy artykuł stanowi próbę stwierdzenia przyczyn dużej popularności nieformalnych kanałów dystrybucji dóbr kulturowych, na przykładzie filmów i programów telewizyjnych. W toku rozważań wysunięto hipotezę, że czynnikami zmniejszającymi popularność kanałów formalnych jest słabe oddziaływanie instytucji praw autorskich na odbiorców dóbr kulturowych oraz bariery w dostępie do nich. Przeprowadzone w artykule badania miały na celu stwierdzenie poziomu substytucji kanałów nieformalnych względem kanałów formalnych. Wysoki stopień substytucji świadczyłby o tym, że przy niskim oddziaływaniu praw autorskich i relatywnie wysokich barierach w dostępie do kanałów formalnych, kanały nieformalne będą stanowiły logiczne źródło dóbr kulturowych.

Wprowadzenie

Rozwój przepustowości łączy sieci komunikacji cyfrowej umożliwił rozwinięcie się nowych kanałów dystrybucji dóbr informacyjnych, w tym dóbr kulturowych. Szczególnie w ostatniej dekadzie nastąpił wyraźny wzrost znaczenia internetu jako medium, za pośrednictwem którego konsumuje się różnorodne utwory, takie jak filmy, muzyka, literatura itd. Technologiczne ograniczenia, związane z niską efektywnością przekazywania danych oraz niewystarczającą

infrastrukturą, w krajach rozwiniętych w zasadzie uległy usunięciu. Umożliwiło to dostarczanie internautom praktycznie dowolnych treści w dowolnej postaci – słowa pisanego, dźwiękowej i audiowizualnej. Fakt ten ma istotne znaczenie dla branży kulturowo-rozrywkowej, gdyż jej produkty zyskały możliwość dotarcia do ostatecznego odbiorcy w sposób bardziej dogodny i tańszy.

W rozumieniu McLuhana (2004, s. 39–40) medium to rodzaj przedłużenia ludzkich zmysłów. W tym kontekście internet to przedłużenie absolutne, które w sposób niebanalny wpłynęło na wzorzec odbioru treści. W odwrotności do mass mediów internet zapewnia dwukierunkową interakcję między nadawcą a odbiorcą. Wsparty technologiami bezprzewodowymi ostatecznie zrywa jarzmo przestrzennego przywiązania odbiorcy do miejsc, które umożliwiają mu odbiór treści (por. Levinson, 2006a, s. 215–223; 2006b, s. 62–70). Tak poważne przekształcenia w formie przepływu informacji w społeczeństwie musiały znaleźć swoje odzwierciedlenie w obrocie dobrami kulturowymi. Wykorzystanie internetu jako medium dla utworów filmowych i produkcji telewizyjnych jest istotną innowacją w zakresie dystrybucji. Odbiorcy uzyskali możliwość konsumpcji wybranych przez siebie pozycji w miejscu i czasie określonym przez siebie. Jest to forma lepiej odpowiadająca współczesnemu stylowi życia, który jest mniej uporządkowany niż w poprzednim wieku oraz bardziej mobilny. Innowacjom opierającym się na zdobyciach technologicznych towarzyszą również nowe strategie sprzedażowe – płatności abonamentowe, sprzedaż pakietowa lub zindywidualizowana.

Wydawać by się mogło, że dostosowanie oferty do dzisiejszego klienta jest na tyle dobre, że obrót dobrami kulturowymi powinien odbywać się tylko i wyłącznie kanałami formalnymi, a jeżeli już miałyby być od tego odstępstwa, to powinny być one nieznaczne. Sytuacja jest jednak bardziej skomplikowana, gdyż udział kanałów nieformalnych o charakterze nieautoryzowanym lub nielegalnym jest znaczny. Z badań przeprowadzonych przez Price'a (2013, s. 3) wynika, że blisko $\frac{1}{4}$ transferu danych, odbywającego się za pośrednictwem internetu, ma charakter nieautoryzowany. Price swoje badania przeprowadził w trzech regionach świata: Ameryce Północnej, Europie i w regionie Azji i Pacyfiku. Z kolei Karaganis i Renkema (2013, s. 5), na podstawie badań przeprowadzonych w Stanach Zjednoczonych i Niemczech, wskazują, że około 45% społeczeństwa wymienia między sobą różnego rodzaju cyfrowe dobra informacyjne (głównie kulturowe), przy czym najpopularniejszym medium tej praktyki jest internet. W Polsce 62% internautów wykorzystywało sieć do nieautoryzowanego kopiowania utworów (Filiciak, Hofmokr, Tarkowski, 2012, s. 33, 35), co jest jednoznaczne z korzystaniem z nieformalnych kanałów dystrybucji.

Wartości te są niepokojące z punktu widzenia interesów posiadaczy praw autorskich, jak również dystrybutorów dóbr kulturowych nimi opatrzonych. Problem ten dotyczy najbardziej utworów kinematograficznych (filmów) oraz produkcji telewizyjnych (seriali telewizyjnych), które są głównym przedmiotem nieformalnego obrotu (Price, 2013, s. 29).

W niniejszym artykule skoncentrowano się właśnie na filmach oraz produkcjach telewizyjnych jako obszarze badawczym przyczyn i skutków funkcjonowania w internecie nieformalnych kanałów dystrybucji. Celem artykułu jest wyjaśnienie przyczyn wysokiej popularności nieformalnych kanałów dystrybucji filmów i produkcji telewizyjnych za pomocą internetu. Realizacji

tego celu towarzyszy uprawdopodobnienie hipotezy głoszącej, że przyczyną tego faktu, prócz kwestii finansowych, jest nieskuteczność oddziaływania ograniczeń natury instytucjonalnej oraz niższe bariery dostępu do kanałów nieformalnych niż formalnych, przy jednocześnie bliskiej ich substytucjonalności.

W artykule skoncentrowano się na polskich przykładach nieformalnych kanałów dystrybucji filmów i produkcji telewizyjnych, w znacznym stopniu ograniczając się do badania portali zajmujących się hostingiem plików multimedialnych, takich jak YouTube, Any-Files i cda.pl. Wynika to z faktu, że intencją rozważań było zbadanie bliskiego substytutu formalnych kanałów dystrybucji, takich jak „video na życzenie” – VoD i SVoD.

Formalne i nieformalne kanały dystrybucji filmów i produkcji telewizyjnych w Polsce

Przed przejściem do właściwych rozważań należy usystematyzować zakres pojęciowy związany z kanałami dystrybucji dóbr kulturowych w internecie. Podział na formalne i nieformalne kanały dystrybucji dóbr kulturowych został zapożyczony od Filiciaka, Hofmokl i Tarkowskiego (2012). Kanały formalne to te, które umocowane są w instytucjach formalnych, takich jak prawo lub reguły wymiany rynkowej. Z kolei kanały nieformalne to te, które umocowane są w instytucjach nieformalnych, takich jak normy lub wzorce postępowania społecznego. Do kanałów formalnych należeć będzie przede wszystkim wymiana rynkowa, odbywająca się przy udziale medium pieniądza. Kanały nieformalne będą miały charakter nierynkowy, czyli na zasadach wymiany pozarynkowej, która odbywa się z pominięciem medium pieniężnego. Pozarynkowy obrót dobrami kulturowymi, lub szerzej dobrami informacyjnymi, odbywa się na podstawie *kultury kopiowania*. Są to „zachowania przejawiające się pozarynkowym powielaniem dóbr informacyjnych, przebiegające zgodnie z wzorcami wspólnymi dla danego społeczeństwa, powstałymi i nabytymi w procesie interakcji społecznych” (Czetwertyński, 2015a, s. 154). Oprócz kryterium formy wymiany (rynkowej i pozarynkowej) oraz stopnia formalizacji instytucji należy wziąć pod uwagę, że wymiana może mieć trojaki charakter, to znaczy może być autoryzowana, nieautoryzowana i nielegalna. Przy czym przyjęto tu, że wymiana autoryzowana jest tylko i wyłącznie legalna, a nieautoryzowana jest legalna, choć posiadacz praw autorskich nie wyraził na nią zgody (na przykład użytek dozwolony; por. Gienas, 2008, s. 198–199). Z kolei nielegalna jest z założenia nieautoryzowana i dodatkowo pociąga za sobą skutki prawne – cywilne lub karne. Tak więc, biorąc pod uwagę przyjęty tu obszar badawczy, formalne kanały dystrybucji dóbr kulturowych w internecie to portale świadczące za opłatą usługę VoD lub sprzedające utwory filmowe i produkcje telewizyjne w postaci plików przesyłanych za pośrednictwem internetu. Kanały nieformalne będą tworzyć portale społecznościowe, za pośrednictwem których osoby prywatne będą między sobą wymieniać dobra kulturowe na zasadach wymiany pozarynkowej. Szczególny przypadek będzie stanowił czarny rynek dóbr kulturowych, w ramach którego wymiana jest nielegalna, a podmioty udostępniające dobra kulturowe pobierają za nie opłatę, z czego uczyniły źródło regularnych przychodów. Jest to kanał nieformalny, aczkolwiek wymiana, jaka się odbywa za jego pośrednictwem, ma charakter quasi-rynkowy.

W Polsce formalne kanały dystrybucji filmów i produkcji telewizyjnych za pośrednictwem internetu są relatywnie mało popularne. Problem polega na tym, że wciąż ustępują one starszym formom, takim jak płatna telewizja satelitarna lub telewizja kablowa, aczkolwiek w ciągu ostatnich kilku lat sytuacja uległa wyraźnej poprawie. Z kolei kanały nieformalne są bardzo popularne, mimo usilnych starań posiadaczy praw autorskich, mających doprowadzić do ich zamknięcia. Dowodem na to są między innymi wyniki, jakie uzyskuje się przy wyszukiwaniu tytułów za pośrednictwem wyszukiwarki Google. Lista wyników rozpoczyna się od pozycji kierujących internautę do kanałów nieformalnych. Zgodnie z danymi pochodzącymi z 2013 roku w Polsce za pośrednictwem internetowych kanałów dystrybucji filmów i produkcji telewizyjnych dostępnych było ponad 400 tys. utworów (IAB Polska, ICAN Institute, 2013, s. 6). Danych tych nie należy jednak traktować jako wiążących w kontekście zaspokajania potrzeb społeczeństwa na szeroko pojętą kulturę i rozrywkę. Wynika to z tego, że nie tylko ilość ma znaczenie, lecz przede wszystkim jakość i dostępność oferty. Bardzo ważnym aspektem jest aktualność pozycji proponowanych przez dystrybutorów. Należy mieć również na względzie, że powyższe dane dotyczyły sytuacji przed wejściem na polski rynek światowego lidera w branży rozrywki domowej, czyli serwisu Netflix. Przed nim, na początku 2016 roku, najważniejszymi serwisami były VOD.pl, należący do Grupy Onet-RASP, IPLA, należący do Cyfrowego Polsatu, oraz player.pl, należący do TVN (IAB Polska, 2014, s. 9). VOD.pl w 2014 roku odwiedzało około 20% polskich internautów, a pozostałe dwa około 10%. Liczono, że wraz z wejściem na rynek serwisu Netflix dostępna oferta zostanie wyraźnie wzbogacona. Jednak w pierwszej fazie działalności polscy klienci uzyskali dostęp do relatywnie małych zasobów, jakimi dysponuje Netflix. W Polsce można obejrzeć zaledwie 12% zasobów filmowych i 17% produkcji telewizyjnych (głównie seriale telewizyjne), ze wszystkich pozycji, jakie może obejrzeć użytkownik serwisu w Stanach Zjednoczonych (Rączka, 2016). Ponadto większość z udostępnionych utworów nie posiada polskiej ścieżki dźwiękowej, a jedynie napisy. W gruncie rzeczy należy stwierdzić, że Polska pozostaje w tyle za krajami Europy Zachodniej i Ameryki Północnej, aczkolwiek pod względem kulturowym potrzeby z pewnością są zbliżone. Obecnie trudno ten fakt tłumaczyć niskim poziomem dostępu Polaków do internetu, ponieważ około 75,8% gospodarstw domowych posiada dostęp do sieci (Główny Urząd Statystyczny [GUS], 2015, s. 1). Polska należy więc do krajów o dobrze rozwiniętej infrastrukturze komunikacyjnej, która pozwalałaby na wykorzystanie medium internetu do przesyłania treści audio-video.

Sytuacja na rynku VoD jest więc normatywnie niezadowolająca, chociaż zasadniczo odbiorca ma dostęp do względnie szerokiej oferty. Zgodnie z danymi Gemius Polska (2015) w pierwszej dziesiątce dostawców VoD zaledwie czterech stanowiło autoryzowane źródło filmów i seriali. Należy podkreślić, że na polskim rynku brak obecności takich dostawców jak Amazon.com i Hula, którzy oferują innowacyjne systemy sprzedaży rozrywki domowej, co wpływa na ergonomię korzystania z kanałów formalnych i ich popularność. Z kolei kanały nieformalne są rozwinięte normatywnie dobrze i posiadają zadowalający poziom ergonomii użytkowania. Przy czym drugorzędne znaczenie ma liczba portali, które pozwalają na pozarynkowy obrót filmami i produkcjami telewizyjnymi. Ważniejsze jest to, że czynią to w stopniu pozwalającym konsu-

mentowi na zaspokojenie jego potrzeb. Do najważniejszych kanałów dystrybucji, które w swojej formie przypominają serwisy VoD, należą portale hostingowe treści audio-wideo, które mają charakter społecznościowy. Najbardziej znanym jest serwis YouTube, który prócz treści autoryzowanych zawiera również nieautoryzowane. Zwykle są to bajki dla dzieci (o wyraźnie niskiej jakości) oraz filmy dokumentalne. Zdarzają się również filmy długometrażowe (głównie klasyczne produkcje), aczkolwiek właściciele serwisu starają się utrzymać *status quo* z podmiotami posiadającymi prawa autorskie do upublicznionych utworów i usuwają treści naruszające prawa autorskie. Niemniej na portalu można znaleźć między innymi ponownie zmontowane znane hollywoodzkie produkcje. Kolejnym portalem o podobnej tematyce i formie jest cda.pl. W serwisie tym można znaleźć szereg aktualnych pozycji filmowych i produkcji telewizyjnych. W znacznej mierze są one udostępniane w wysokiej jakości (nawet Full HD). Zamieszczane są tu również utwory, które nie miały polskiej premiery, a tłumaczenie do nich zostało przygotowane przez amatorów. Trzecim portalem jest Any-Files, który również udostępnia filmy i programy telewizyjne. Są one zwykle niższej jakości niż w przypadku cda.pl. Na portalu dominują produkcje telewizyjne, główne seriale. Prócz wyżej wymienionych funkcjonuje szereg portali, w przypadku których zachodzi podejrzenie popełnienia przestępstwa związanego z bezprawnym rozpowszechnianiem materiałów opatrzonych prawem autorskim, z zamiarem osiągnięcia korzyści materialnych. W latach 2014–2015 roku nastąpiło znaczne zmniejszenie się ich liczby, co związane było z działaniami organów ścigania. Chodzi tu o zamknięcie między innymi takich portali jak Kinomaniak.tv, eKino.tv, iiTV.info, scs.pl i seansik.tv (Majdan, 2014; Majdan, Przybysz, 2015; Połowianiuk, 2015). W tym miejscu należy zaznaczyć, że kwestia legalności kanałów nieformalnych stanowi czynnik wpływający na ich stabilność. W określonych przypadkach nieautoryzowane udostępnianie utworów opatrzonych prawem autorskim, na mocy art. 116 ustawy z dnia 4 lutego 1994 roku o prawie autorskim i prawach pokrewnych (Dz.U. 1994, nr 24, poz. 83) jest nielegalne i prowadzi do odpowiedzialności karnej (z pozbawieniem wolności włącznie). Na tej podstawie możliwe jest zamknięcie kanałów, które ewidentnie związane są z łamaniem praw autorskich w sposób rozmyślny i w celu osiągnięcia korzyści majątkowych. Sytuacja wygląda inaczej, jeżeli portal ma charakter portalu społecznego, a treści udostępniane są na zasadzie użytku dozwolonego. W tej kwestii ład instytucjonalny oraz praktyka ścigania poszczególnych udostępniających jest niejasna (por. Filiciak i in., 2012, s. 4). Prokuratura nie podejmuje działań mających na celu ściganie pojedynczych przypadków udostępniania utworów przez prywatne osoby na takich portalach jak YouTube, Any-Files czy też cda.pl. Z kolei właściciele tych portali deklarują, że nie odpowiadają za wady prawne treści, które zamieszczają użytkownicy, a w przypadku zgłoszenia naruszenia praw autorskich podejmują działania mające na celu usunięcie konkretnego materiału. W praktyce, przy obecnym stanie prawnym, sytuacja jest patowa, co sprzyja utrzymaniu się nieformalnych kanałów dystrybucji. Jedyne te, w przypadku których udało ustalić się konkretny podmiot czerpiący korzyści majątkowe z nielegalnej dystrybucji filmów i produkcji telewizyjnych, zostały zamknięte lub w niedalekiej przyszłości należy się spodziewać ich zamknięcia.

Efektywność kanałów dystrybucji

Istotną kwestią, której nie można pominąć, rozważając formalne i nieformalne kanały dystrybucji internetowej, są koszty ponoszone przez odbiorców. Ponieważ kanały nieformalne związane są z obrotem pozarynkowym, to charakteryzuje je brak przepływów pieniężnych. Pod tym względem należy odróżnić je od wspomnianych powyżej przypadków czarnorynkowej alokacji dóbr kulturowych, w których odbiorcy płacą za nielegalny dostęp do filmów i produkcji telewizyjnych (często nie zdając sobie sprawy z tego, że źródło jest nielegalne). W dalszych rozważaniach sytuacje te zostaną pominięte, ponieważ *de facto* należą do innego zakresu badawczego, związanego z oszustwami internetowymi.

Obrót pozarynkowy dokonuje się na podstawie wymiany nietransakcyjnej opartej na kulturze kopiowania. Motywacje osób, które udostępniają treści, nie mają charakteru majątkowego, lecz należą do sfery potrzeb społecznych. Wymiana ta jest możliwa ze względu na bardzo niskie koszty reprodukcji, które nie stanowią bariery w tworzeniu się nieformalnych kanałów dystrybucji w internecie (por. Czetwertyński, 2015b, s. 21–22). Brak opłaty za używanie nieformalnych kanałów dystrybucji stanowi poważny problem dla podmiotów tworzących kanały formalne, prowadzące do obrotu rynkowego, które z założenia są płatne. W konsekwencji kanały formalne muszą być bardziej atrakcyjne dla odbiorców, tak aby ci nie korzystali z nieformalnych, które jako nieodpłatne przyciągają ich w naturalny sposób. Człowiek ekonomiczny, kierujący się zasadami optymalizacji i działający racjonalnie, wybierze spośród bliskich substytutów ten, który będzie najtańszy. Oczywiście zależność ta jest prawdziwa tak długo, jak długo w grę nie wchodzi czynniki instytucjonalne oraz bariery dostępu do kanałów dystrybucji. Ponieważ ograniczający charakter praw autorskich nie jest wystarczającą przeszkodą dla przepływu kanałami nieformalnymi, czynnikiem decydującym mogą być cechy jakościowe poszczególnych kanałów, które wpływają na ich zróżnicowanie. Logicznie należałoby założyć, że kanały formalne powinny charakteryzować się wyższą jakością, co skłoniłoby odbiorców do ich wybrania i uiszczenia zapłaty, jednocześnie zapobiegając ich substytucji za pomocą kanałów nieformalnych. Czynniki wpływającymi na jakość kanałów są techniczne parametry utworów, ich aktualność oraz łatwość i ergonomia konsumpcji – czyli bariery w dostępie do nich.

W latach 80. Liebowitz (1985, s. 945–948), badając wpływ kserokopiarki na rynek wydawniczy, podkreślał, że jakość kopii jest gorsza od oryginału, co ma znaczenie w podejmowaniu decyzji przez konsumentów. Była to naturalna bariera ograniczająca wykorzystanie kserokopiarki, która w konsekwencji prowadziła do zmniejszenia nieformalnego obrotu kopiami artykułów. Jednak te naturalne dla technologii analogowych bariery nie dotyczą internetu. Kanały nieformalne dostarczają filmy i programy telewizyjne w wysokiej rozdzielczości, nawet do 1080p, czyli w standardzie Full HD. Szczególnie dobrą jakość oferuje portal cda.pl, na którym jakość niektórych filmów można dostosować do możliwości łącza internetowego, którym dysponuje odbiorca. Pod tym względem trudno mówić o przewadze portali tworzących kanały formalne. Ponadto w przypadku kanałów formalnych możliwość oglądania treści w najwyższej rozdzielczości wymaga dopłaty. Faktem jest, że niektóre kanały formalne umożliwiają przesyłanie treści

w standardzie Ultra HD, więc o wyższej rozdzielczości niż Full HD, jednak standard ten jest na tyle mało upowszechniony, że dla większości konsumentów nie jest osiągalny na sprzęcie, którym dysponują.

Jeżeli więc uznać, że parametry techniczne nie pozwalają różnicować kanałów dystrybucji, należy przanalizować aktualność proponowanych na nich treści. Aby tego dokonać, można posłużyć się prostą analizą dotyczącą dwóch rozpatrywanych tu typów dóbr kulturowych – filmów i produkcji telewizyjnych. Ofertę filmową należy porównać w odniesieniu do formalnych kanałów tradycyjnej dystrybucji, czyli w postaci płyt DVD i Blu-ray za pośrednictwem sklepów sprzedaży bezpośredniej. Portal FilmWeb publikuje daty premier filmów na nośnikach DVD i Blu-ray. Na podstawie tych danych można określić, jak szybko trafiają one do formalnych i nieformalnych kanałów dystrybucji internetowej. Do badania wybrano okres jednego kwartału (pierwszy kwartał 2016 roku), wybierając z każdego miesiąca 10 filmów, które po raz pierwszy ukazały się na rynku. Z badań wynika, że za pośrednictwem kanałów nieformalnych w dniu badania można było dotrzeć do 23 pozycji z 30. Przy czym 20 pozycji było osiągalnych na jednym portalu. W przypadku kanałów formalnych można było dotrzeć do 26 tytułów. Pozycje były jednak zdecydowanie bardziej zdecentralizowane, dostępne na różnych portalach na różnych warunkach. Najwięcej – 13 tytułów – było dostępnych na portalu Chili.tv. Z badań wynika jednoznacznie, że kanały nieformalne nie ustępują w sposób wyraźny kanałom formalnym. Co więcej, zdarzają się sytuacje, gdy dany tytuł znajduje się jedynie w obiegu pozarynkowym. W badanej próbie dotyczyło to trzech tytułów. Należy to wyjaśniać tym, że są to pozycje, które dopiero ukazały się na rynku lub ich premiera jeszcze się oficjalnie nie odbyła. Ten drugi przypadek świadczy o tym, że w obrocie pozarynkowym pojawiają się kopie, które zostały udostępnione przez osoby mające dostęp do wersji przedpremierowych. Należy również nadmienić, że część tytułów pojawiających się w obrocie pozarynkowym zostaje szybko usunięta z kanałów nieformalnych – na skutek działania właścicieli praw autorskich. Zwykle po pewnym czasie pojawiają się ponownie.

W przypadku produkcji telewizyjnych sytuacja kształtuje się trochę inaczej. Wynika to z tego, że część seriali w ogóle nie jest dostępna w Polsce w obrocie rynkowym. Są one zgrywane z serwisów zagranicznych, wzbogacane o amatorskie tłumaczenie i udostępniane za pomocą portali społecznościowych. Przeprowadzenie badań produkcji telewizyjnych musiałoby być zdecydowanie bardziej rozległe, gdyż liczba premier jest niewspółmiernie wyższa niż w przypadku filmów. Koncentrując się jedynie na serialach, należałoby wziąć pod uwagę dziesiątki cotygodniowych premier. Aby móc uzyskać obraz sytuacji, nie trzeba jednak przeprowadzać badania zupełnego. Wystarczy skoncentrować się na wybranych pozycjach, które cieszą się szczególną popularnością. Do tego celu posłużyć może ranking 20 najpopularniejszych seriali w 2015 roku, opublikowany przez portal naekranie.pl (naEKRANIE, 2015). Na 20 badanych tytułów pięć nie było dostępnych w Polsce za pośrednictwem formalnych kanałów, przy czym część nie jest dostępna w systemie VoD, lecz za pośrednictwem tradycyjnych stacji telewizyjnych. Natomiast wszystkie były dostępne za pośrednictwem kanałów nieoficjalnych najdalej w tydzień po ich światowej emisji wraz z napisami, o ile nie emitowano ich ze ścieżką polskojęzyczną. W przy-

padku produkcji telewizyjnych dostęp do kanałów formalnych jest zdecydowanie trudniejszy, gdyż niejednokrotnie wymagane jest posiadanie abonamentu stacji telewizyjnych takich jak HBO, gdzie serwis VoD stanowi dodatek do głównej usługi. Nie można jednak pominąć faktu, że w ciągu ostatnich pięciu lat poszczególne tytuły pojawiają się w Polsce zdecydowanie szybciej. Wynika to między innymi z tego, że kanały nieformalne w tym przypadku są nad wyraz efektywne i opóźnienie nawet tygodniowe powoduje, że formalna dystrybucja traci znaczenie.

Zakończenie

Podsumowując podjęte tu rozważania, należy podkreślić, że tworzenie się nieformalnych kanałów dystrybucji filmów i produkcji telewizyjnych jest poważnym problemem natury ekonomicznej dla posiadaczy praw autorskich. Biorąc pod uwagę, że kanały nieformalne tworzą obrót pozarynkowy, a formalne rynkowy, to racjonalnie wydaje się, że internauci powinni wybierać rozwiązanie tańsze. Szczególnie istotny jest tu fakt, że instytucja praw autorskich nie wpływa na odbiorców w taki sposób, że ci rezygnują z korzystania z kanałów nieformalnych jako nieautoryzowanego źródła dóbr kulturowych. Oznacza to niski wpływ tej instytucji na społeczeństwo, które jest pod przemożnym wpływem kultury kopiowania. Oba rozważane kanały są relatywnie bliskimi substytutami. Takie kwestie jak jakość utworów i ergonomia ich odtwarzania są niejednokrotnie zbliżone do siebie w takim stopniu, że nie można ich rozróżnić. Interesujący jest fakt, że dostępność utworów nie zawsze jest korzystniejsza w przypadku kanałów formalnych – co jest szczególnie niepokojące w kontekście ich rozwoju. O ile w przeprowadzonym na potrzeby niniejszego artykułu badaniu dotyczącym filmów kanały formalne wypadały lepiej, to w przypadku produkcji telewizyjnych sytuacja jest niejednoznaczna. Na niekorzyść kanałów formalnych przemawia również to, że są one zdecentralizowane, przy czym nie chodzi tu o zarzut wobec dywersyfikacji własnościowej. Chodzi natomiast o trudność odszukania odpowiednich pozycji wśród różnych dostawców usług. Z pewnością problem ten rozwiązałyby mechanizm wyszukiwania ofert zbliżony do porównywarek cenowych sklepów internetowych. Metoda ta nie jest jednak w ogóle (również w skali globalnej) wykorzystywana w przypadku serwisów VoD. Prowadzi to do powstania barier w dostępie do pełnej oferty proponowanej za pośrednictwem kanałów formalnych. Na wysokość tych barier wpływają koszty transakcyjne, związane z koniecznością zawierania kontraktów między posiadaczami praw autorskich i dystrybutorami oraz między samymi dystrybutorami.

Niepokojący jest również fakt, że próby odszukania konkretnych tytułów w wyszukiwarce Google kierują internautów do kanałów nieformalnych i nielegalnych. Szczególnie fakt, że wśród linków sponsorowanych wyświetlają się portale świadczące dostęp do czarnego rynku dóbr kulturowych, stanowi poważne zagrożenie dla kanałów formalnych i ujawnia bezradność w dochodzeniu praw autorskich przez organy ścigania i samych zainteresowanych. Dowodzi to dalszej ułomności siły ograniczającej instytucji praw autorskich. W przypadku produkcji telewizyjnych sytuacja kształtuje się tak, że często jedynym źródłem danego tytułu są kanały nieformalne, co jedynie utrwala przekonanie społeczne o konieczności ich funkcjonowania.

Konkludując, należy wyróżnić cztery podstawowe przyczyny wysokiej popularności niefORMALNYCH kanałów dystrybucji filmów i produkcji telewizyjnych przez internet. Pierwszą są niższe koszty korzystania z nich, często o charakterze niepieniężnym. Drugą jest słabe oddziaływanie instytucji praw autorskich na decyzję o korzystaniu z kanałów niefORMALNYCH. Trzecią jest fakt, że jakość i przepustowość obu form kanałów dystrybucji czyni je bliskimi substytutami. Ostatnią przyczyną jest to, że kanały niefORMALNE charakteryzują się niższymi barierami w dostępie do nich, co wynika z braku konieczności kontrolowania użytkowników oraz zarządzania prawami autorskimi.

Istnienie kanałów niefORMALNYCH z pewnością niesie społeczeństwu pewne korzyści i nie chodzi tu o bezpłatny dostęp do utworów objętych prawami autorskimi, lecz o złamanie monopolu autorskiego (którego wyrazem jest dozwolony użytek przewidziany prawnie). Zapewnia również alokację wartości kulturowych w społeczeństwie informacyjnym, co normatywnie należy uznać za korzystne. Pojawiają się nawet stwierdzenia, że w przypadku niektórych tytułów popyt jest tak duży, że formalne kanały nie wystarczają do jego zaspokojenia. Takie stanowisko wyraził Jeff Bewkes, dyrektor generalny Time Warner, w odpowiedzi na fakt, że serial „Gra o tron” uzyskał statut najczęściej nieautoryzowanie kopiowanego w historii telewizji (Tassi, 2014). Nie zmienia to jednak faktu, że wysoka skuteczność kanałów niefORMALNYCH godzi w interesy autorów i dystrybutorów. Z drugiej strony motywuje to ich do dostosowania oferty tak, aby była ona na tyle atrakcyjna dla internautów, by ci gotowi byli zapłacić za dostęp do kanałów formalnych. Należy zauważyć, że na przykład w Stanach Zjednoczonych, gdzie z usług Netflix korzysta 30% gospodarstw domowych (Glass qz.com, 2015), nastąpiło znaczne obniżenie się aktywności w ramach sieci BitTorrent, w ramach której wymienia się nielegalnie dobra informacyjne. Sukces serwisu Netflix w Stanach Zjednoczonych wynika z relatywnie niskiej dla Amerykanów ceny oraz bardzo dużej oferty. Należy spodziewać się, że w polskiej rzeczywistości tendencje będą podobne, co powinno prowadzić do ograniczenia znaczenia kanałów niefORMALNYCH w alokacji filmów i produkcji telewizyjnych.

Literatura

- Czetwertyński, S. (2015a). Kultura kopiowania a pozarynkowy obrót dobrami informacyjnymi w erze Internetu. *Spoleczeństwo i ekonomia*, 1(3), 152–166.
- Czetwertyński, S. (2015b). Wpływ prywatnego kopiowania na opłacalność produkcji telewizyjnych. *Zeszyty Naukowe nr 874. Spoleczeństwo informacyjne oraz informacja publiczna w gospodarce cyfrowej. Studia Informatica*, 37, 17–30.
- Filiciak, M., Hofmokl, J., Tarkowski, A. (2012). *Obiegi kultury. Spoleczna cyrkulacja treści. Raport z badań*, Warszawa: Centrum Cyfrowe Projekt: Polska.
- Gemius Polska. (2015). *Ranking najpopularniejszych serwisów VoD*. Megapanel PBI/Gemius. Pobrane z: <https://www.gemius.pl/wydawcy-aktualnosci/ranking-najpopularniejszych-serwisow-vod.html> (16.03.2016).
- Gienas, K. (2008). *Systemy Digital Rights Management w świetle prawa autorskiego*. Warszawa: Oficyna a Wolters Kluwer business.
- Glass qz.com. (2015). *Chart: Netflix subscribers, by country*. Pobrane z: <http://glass.qz.com/notes/1099> (16.03.2016).
- GUS. (2015). *Opracowanie sygnałne. Spoleczeństwo informacyjne w Polsce w 2015 r.* Warszawa: Główny Urząd Statystyczny.

- IAB Polska, ICAN Institute. (2013). *Perspektywy rozwojowe wideo online w Polsce*. Warszawa: Harvard Business Review Polska.
- IAB Polska. (2014). *Perspektywy rozwojowe wideo online w Polsce. Edycja 2014*. Warszawa: IAB Polska.
- Karaganis, J., Renkema, L. (2013). *Copy Culture in the US and Germany*. New York: The American Assembly.
- Levinson, P. (2006a). *Miękkie ostrze, czyli historia i przyszłość rewolucji informacyjnej*. Warszawa: Wydawnictwo Literackie MUZA SA.
- Levinson, P. (2006b). *Telefon komórkowy. Jak zmienił świat najbardziej mobilny ze środków komunikacji*. Warszawa: Wydawnictwo Literackie MUZA SA.
- Liebowitz, S.J. (1985). Copying and Indirect Appropriability: Photocopying of Journals. *The Journals of Political Economy*, 93(5), 945–957.
- Majdan, K. (2014). *Twórcy Kinomaniaka podpadli filmowcom. Trwa śledztwo*. wyborcza.biz. Pobrane z: http://wyborcza.biz/biznes/1,147881,15642764,Tworcy_Kinomaniaka_podpadli_filmowcom__Trwa_sledztwo.html (16.03.2016).
- Majdan, K., Przybysz, A. (2015). *Serwisy z filmami online zamknięte. Kolejny nalot policji*. wyborcza.biz. Pobrane z: http://wyborcza.biz/biznes/1,147883,17884609,Serwisy_z_filmami_online_zamkniete__Kolejny_nalot.html (16.03.2016).
- McLuhan, M. (2004). *Zrozumieć media. Przedłużenia człowieka*. Warszawa: Wydawnictwa Naukowo-Techniczne.
- naEKRANIE (2015). *TOP 20: Najlepsze seriale 2015*. Pobrane z: <http://naekranie.pl/artykuly/top-20-najlepsze-seriale-2015> (16.03.2016).
- Połowianiuk, M. (2015). *Seansik TV i inne pirackie serwisy zamknięte – policja publikuje wideo z siedziby piratów. Spiders's WEB*. Pobrane z: <http://www.spidersweb.pl/2015/06/seansik-tv-tnttorrent-info-torrent-pl-nie-dziala.html#> (16.03.2016).
- Price, D. (2013). *Sizing the piracy universe*. London: NetNames (Envisional).
- Rączka, M. (2016). *Netflix w Polsce – analiza na chłodno*. naEKRANIE. Pobrane z: <http://naekranie.pl/artykuly/netflix-w-polsce-analiza-na-chlodno> (16.03.2016).
- Tassi, P. (2014). 'Game of Thrones' Sets Piracy World Record, But Does HBO Care? *Forbes*. Pobrane z: <http://www.forbes.com/sites/insertcoin/2014/04/15/game-of-thrones-sets-piracy-world-record-but-does-hbo-care/> (16.03.2015).
- Ustawa z dnia 4 lutego 1994 r. o prawie autorskim i prawach pokrewnych. Dz.U. 1994 nr 24 poz. 83.

INFORMAL DISTRIBUTION CHANNELS OF CULTURAL GOODS IN THE INTERNET

KEYWORDS | distribution channels, the Internet, cultural goods, entertainment

ABSTRACT | This article is an attempt to determine the reasons for the popularity of informal channels of distribution of cultural goods, for example films and TV programs. The paper demonstrates a hypothesis that factors decreasing popularity of formal channels are weak impact of institutions of copyright to the consumers of cultural goods and existing of barriers in access to those channels. The goal of research carried out in the article is to determine the level of informal channels substitution as compared to formal one. The high level of substitution testified that the low impact of copyright and relatively high barriers of access to formal channels, implicate that informal channels are logical source of cultural goods.

Translated by Sławomir Czetwertyński