

*dr Agnieszka Doczekalska*¹

*dr Jolanta Tkaczyk*²

The New Research on Digital Societies Group
Akademia Leona Koźmińskiego w Warszawie

Postawy konsumentów dóbr kultury w Internecie wobec prawa autorskiego na przykładzie fanów mangi

WPROWADZENIE

Rozwój technologii cyfrowych i Internetu zmienił sposoby uczestniczenia w kulturze. Konsumenci ograniczający się dotąd do nabywania i biernego korzystania z dóbr kultury, stają się kreatywnymi prosumentami w rozumieniu Tofflerowskim [Toffler, 1997], którzy przekształcają istniejące utwory, na ich podstawie tworzą i następnie rozpowszechniają własne prace. Ponieważ istniejące utwory są często objęte ochroną prawną, prosumenci, wykorzystujący je bez zezwolenia, mogą naruszać przepisy prawa autorskiego. Prawo autorskie nie nadąża za kreatywną rewolucją [Gasser, Ernst, 2006], która rozwija się w cyberprzestrzeni i dzięki jej istnieniu. Próby zaostrzenia regulacji z zakresu własności intelektualnej nie prowadzą do zapewnienia skutecznej ochrony twórcom i nie wspierają kreatywności. Nie oznacza to jednak, że zjawiska pojawiające się w ramach kultury prosumpcji należy pozostawić poza regulacją. Zbyt surowe uregulowania, jak również ich brak powodują, że prawa autorów nie są chronione w adekwatny i skuteczny sposób. Dostrzegają to zarówno twórcy, jak również aktywni odbiorcy kultury, tworzący własne reguły i normy postępowania, które uwzględniają istnienie kultury partycypacyjnej [Jenkins, 2006] i wzmacniają jej rozwój. Kultura partycypacyjna to kultura, w której istnieją relatywnie słabe bariery dla zaangażowania społecznego i artystycznej ekspresji; istnieją mechanizmy wsparcia dla procesu dzielenia się twórczością; i której uczestnicy mają poczucie, że ich wkład w kulturę jest istotny, oraz czują do pewnego stopnia istnienie więzi społecznych wynikających z kulturowej współpracy [Jenkins, 2006]. Zjawisko to ma ogólnie wydźwięk pozytywny, ponieważ kultura uczest-

¹ Ul. Jagiellońska 59, 03-301 Warszawa, adoczekalska@kozminski.edu.pl

² Ul. Jagiellońska 59, 03-301 Warszawa, jtkaczyk@kozminski.edu.pl

nicząca pomaga realizować prawo do kultury, które jest uważane za jedno z praw człowieka³.

Celem artykułu jest zaprezentowanie postaw konsumentów dóbr kultury w Internecie względem prawa autorskiego na przykładzie rynku mangi i anime w Polsce oraz konsekwencji wynikających z tych postaw.

PRAWO AUTORSKIE W ŚWIECIE FANÓW

Najbardziej kreatywnymi i aktywnymi uczestnikami kultury partycypacyjnej są fani. Fan wydaje się być idealnym konsumentem. Jest emocjonalnie zaangażowany w konsumpcję i ma silną potrzebę nabywania wszystkich produktów związanych z danym dobrem kultury (np. powieścią, komiksem, filmem, utworem muzycznym) [Czaplińska, Siuda, 2008]. Fan jednak jest również prosumentem – tworzy własne prace (literackie, wizualne, filmowe, muzyczne) zainspirowane istniejącymi i oryginalnymi dziełami, które często są chronione prawami autorskimi. Może wówczas pojawić się konflikt między fanami a twórcami lub fanami a posiadaczami praw autorskich niebędącymi twórcami. Odwołanie się do prawa autorskiego przez posiadaczy tych praw (groźenie konsekwencjami prawnymi, wystąpienie na drogę sądową) często nie prowadzi do rozwiązania konfliktu, a przeciwnie – antagonizuje fanów, którzy odwracają się od danego produktu i twórcy. Dlatego niektórzy posiadacze praw autorskich (twórcy, wydawcy, koncerty medialne) decydują się na negocjacje z fanami lub nawet zachęcają do współpracy bądź współtworzenia produktu. Ponadto, jako konsumenci, fani nabywają dobra kultury, dlatego poszanowanie, a nawet ochrona, praw twórców i dystrybutorów tych dóbr jest dla nich istotna i stanowi źródło reguł postępowania i zasad etycznych formułowanych przez fanów. Nie zawsze jednak reguły te pokrywają się z normami prawa autorskiego. Wynika to z tego, że fani nie są jedynie nabywcami i konsumentami, ale również kreatywnymi odbiorcami kultury, którzy dzielą się swoimi wytworami z innymi.

Z raportu „Obiegi Kultury” [Filiciak i in., 2012a] wynika, że polscy internauci są bardzo aktywni kulturalnie i mimo używania darmowych treści dostępnych online, kupują więcej książek, muzyki i filmów niż osoby, które nie korzystają z Internetu. Stąd udział w nieformalnym obiegu treści nie wyklucza udziału w oficjalnym obiegu. „Formalna i nieformalna cyrkulacja nie są alternatywne wobec siebie nawzajem – raczej się uzupełniają” [Filiciak i in., 2012a]. W kolejnym raporcie Centrum Cyfrowe [Filiciak i in., 2012b] ukazuje historie i motywacje ludzi zaangażowanych w sieciowe przetwarzanie i dystrybucję istnieją-

³ Art. 27 Powszechnej Deklaracji Praw Człowieka (ONZ) z 10.12.1948 (res GA. 217A (III), UN Doc/810 na 71 (1948)) i art. 15 Międzynarodowego Paktu Praw Gospodarczych, Społecznych i Kulturalnych (ONZ) z 16.12.1966(res GA. 2200A (XXI), 21 ONZ GAOR Supp. (nr 16) 49, dok. A / 6316 (1966), 993 UNTS 3.).

cych treści kultury. Prosumenci w sieci, tzw. tajni kulturalni, to entuzjaści, którzy robią to, co lubią, a przy okazji zdobywają i rozwijają kompetencje przydatne w poszukiwaniu i wykonywaniu pracy (np. tłumaczenia), swoje działania traktując jako misję obniżania barier finansowych i kompetencyjnych w dostępie do dóbr kultury. Według raportu „Prawo autorskie w czasach zmiany” [Danielewicz, Tarkowski, 2013] „użytkownicy, uczestniczący i tworzący nowe obiegi treści, stali się głównym zagrożeniem dla XX-wiecznego modelu wytwarzania i dystrybucji treści oraz związanych z tym regulacji prawnoautorskich”. Raport wskazuje, że 70% Polaków uważa, iż 60–90% obywateli łamie prawo autorskie i że trudno jest go przestrzegać w obecnej postaci.

RYNEK MANGI ORAZ DZIAŁANIA FANÓW NIEZGODNE Z PRAWEM AUTORSKIM

Japoński komiks (manga) i film animowany (anime) należą do najbardziej rozpoznawalnych produktów popkultury japońskiej na świecie. W Polsce dynamiczny rozwój rynku mangi i anime nastąpił dopiero w latach 90. [Ostrowska, 2013]. W tej chwili działa na nim sześć wydawnictw, specjalizujących się w mangach. Rynek polski nie jest postrzegany jako atrakcyjny, stanowi bowiem jedynie 0,2% rynku japońskiego [*11 lat mangi...*, (http)], dlatego pozyskanie praw autorskich od wydawców japońskich nie jest łatwe. Odbiorcy mangi i anime w Polsce to głównie nastolatki, w 54% dziewczęta [*Naga prawda o...* (http)].

Otaku, czyli fani mangi – tworzą amatorskie komiksy, zwane *doujinshi*, oparte na oryginalnych mangach, przebierają się za swoich ulubionych bohaterów (*cosplay*), piszą opowiadania (*fanfiction*), tworzą obrazy (*fanart*) lub wideo (*fanvids*) inspirowane oryginalnymi postaciami i historiami. Te kreatywne działania wyrażają uwielbienie i przywiązanie do utworu. Jednak fani nie tylko tworzą korzystając z istniejących dóbr kultury, ale również dzielą się swoją twórczością. Rozpowszechnianie twórczości, która powstała na podstawie innych utworów bez zgody ich twórców może naruszać prawo autorskie. Fani angażują się także w pracochłonne tłumaczenie książek lub tworzenie napisów do filmów nieosiągalnych w danej wersji językowej. Szczególnie trudne jest przygotowanie przekładu japońskich komiksów, które polega na skanowaniu oryginalnej wersji oraz zastępowaniu japońskich napisów w dymkach napisami w innym języku. Najczęściej taka skanlacja (od ang. *SCANning* – skanowanie i *transLATION* – przekład) jest wykonywana przez grupę, w której skład wchodzi tłumacze, edytorzy i osoby odpowiedzialne za techniczne przygotowanie skanlacji. Autorzy takich tłumaczeń umieszczają je online i umożliwiają fanom korzystanie z nich za darmo. W chwili obecnej w Polsce działają ok. 102 grupy skanlacyjne [*Spis polskich skanlacji*, (http)]. Rozpowszechnianie tłumaczeń bez zgody autora utworu narusza prawo autorskie.

Prawdziwi fani nie zarabiają na swoich nieautoryzowanych przekładach i wcale nie chcą szkodzić autorom lub wydawnictwom. Jedną z naczelnych reguł etycznych grup skanacyjnych tłumaczących japońskie komiksy jest usuwanie przetłumaczonej mangi z Sieci, kiedy wydawnictwo ogłosi, że zamierza wydać jej autoryzowany przekład. Skanatorzy informują, że manga zostanie oficjalnie wydana i wzywają fanów do jej kupna.

Ogólna dostępność mang w Internecie przyzwyczaiła polskiego czytelnika do tego, że zdobycie treści jest łatwe i szybkie. Prawo i wydawcy nie nadążają z dostosowaniem się do zmian w odbiorze kultury, wynikających z nowych technologii.

METODYKA BADAŃ

Autorki wykorzystały analizę narracji w celu zidentyfikowania postaw fanów mangi wobec prawa autorskiego. Analiza narracji (ang. *storytelling*) jest to metoda badawcza opierająca się na analizie opowieści (wypowiedzi) tworzonych przez członków danej społeczności [Hopkinson, Hogg, 2006, s. 156]. Do opracowania planu badań zastosowano podejście interpretatywne. Przeprowadzone badanie spełniło cechy charakterystyczne analizy narracji w przyjętej perspektywie badawczej. Do realizacji badania wykorzystano koncepcję B. Czarniawskiej [2004].

Przeprowadzono dwa wywiady w postaci minigrup. Pierwsza grupa składała się z pięciu dziewcząt w wieku 13–15 lat, druga z trzech chłopców i jednej dziewczynki w wieku 15–16 lat. Osoba prowadząca wywiady została specjalnie przeszkolona i zrekrutowana spośród starszych członków obozu dla fanów mangi, podczas którego miały miejsce wywiady (lipiec 2014 r.). Każda z osób biorących udział w wywiadzie wyraziła na niego zgodę, wywiady zostały nagrane, następnie poddane transkrypcji i analizie. W toku rozmowy zadano badanym pytania nawiązujące do modelu postawy ABC, który zawiera komponent poznawczy, afektywny i konatywny [Solomon, 2006, s. 245].

WYNIKI BADAŃ

Większość badanych nie umiała odpowiedzieć na pytanie, czym jest skanacja. Jednak po wyjaśnieniu tego pojęcia przez moderatora w sposób opisowy, wszyscy badani potwierdzili jego znajomość. Sześć osób z dziewięciu przebadanych korzystało ze stron ze skanacjami codziennie lub nawet kilka razy dziennie, głównie były to strony anglojęzyczne takie jak „mangafox”, a także strony polskich grup skanacyjnych.

Osoby korzystające ze skanacji wskazywały, że robią to, ponieważ:

- polski rynek jest płytki („jest mało mang na naszym rynku”, „trudno mangi w Polsce dostać”),

- jest to ich hobby („*lubię czytać mangi*”, „*to dla mnie rozrywka*”),
- jest to wygodne („*na komputerze mam lepszy dostęp*”, „*jest to dla mnie wygodne*”),
- jest to darmowe („*nie trzeba płacić*”).

Osoby niekorzystające ze skanlacji wskazywały, że jest to dla nich mało wygodne („*Ja nie lubię czytać z komputera, jest to niewygodne, wolę mieć wydanie papierowe*”, „*Niektórzy lubią zapach nowej mangi*”).

Na pytanie o motywy tworzenia skanlacji badani przede wszystkim wskazywali motywy społeczne, takie jak działanie „od fanów dla fanów” i dawanie radości sobie i innym, jak również popularyzowanie mangi („*ważne jest popularyzowanie mangi, którą się lubi*”). Jedna osoba zwróciła uwagę na motywy o charakterze osobistym – „*niektórzy dzięki skanlacom szkolą język*” i ekonomicznym – „*są tacy, którzy zarabiają na reklamach, które są umieszczane na stronach ze skanlacjami*”.

Większość badanych nie była pewna, czy tworzenie skanlacji jest legalne: „*nie do końca*”, „*nie wierzę, że się spytali autorów czy mogą to zrobić*”.

Inni uzależniali legalność tworzenia skanlacji jedynie od zgody autora: „*nie wiem jak to działa w praktyce, ale myślę, że jak autor wyrazi zgodę to wszystko jest ok*”. Intuicyjnie badani postrzegali jednak działania skanlatorów za niezgodne z obowiązującym w Polsce prawem.

W przypadku korzystania ze skanlacji należy stwierdzić, że większość badanych stwierdzała jednoznacznie, iż sytuacja prawna ich tu nie interesuje: „*Nie zwracamy uwagi na to, czy to jest legalne czy nie, bo nam się nic nie stanie, jest to nielegalne dla tych, którzy umieszczają*”, „*Mnie to nie obchodzi*” lub uważali się za usprawiedliwionych przez brak działań wydawców: „*Skoro są takie duże strony, to wydawcy muszą być ich świadomi, skoro nic z tym nie robią to znaczy, że ich to nie rusza, jakby ich ruszało, to coś by z tym zrobili, np. zamknęliby te strony, pogadali by z tymi ludźmi*”.

Korzystanie ze skanlacji nie wzbudza w badanych negatywnych uczuć, są zadowoleni, że mogą mieć do nich dostęp: „*Ja myślę, że dobrze, że są takie strony, ponieważ nie każdą [mangę] damy radę kupić, ale czytając je rozwijamy się pod względem kulturowym, co jest z kolei dobre, poznajemy danego autora i można się potem zainteresować jego innymi dziełami*”, „*Nie musimy kupować mangi, która nam się nie podoba*”.

Wszyscy badani potwierdzili, że jeśli manga się im spodoba, to kupią ją także w wersji papierowej, jeśli tylko ukaże się na rynku polskim.

Na pytanie o kwestie etyczne, badani wskazywali przede wszystkim dobre strony wynikające z przygotowywania skanlacji dla autora: „*Autora to zupełnie nie ruszy, jeśli w Polsce ktoś przeczyta skanlację jego mangi. Nawet by się cieszył, że jego manga jest tak popularna*”, „*To jest szansa dla autora na wybitcie się*”, a także na relatywizm prawa i jego przestrzegania: „*Prawo nigdy nie będzie tak naprawdę idealne, jest kulawe, każdy z nas robi co rusz coś nielegalne*”.

go, a to, że akurat my przez czytanie takich rzeczy w Internecie rozwijamy samych siebie, to nie jest nic złego i mnie to nie rusza”.

Jeden z badanych na koniec rozmowy stwierdził jednak, iż tworzenie i czytanie skanlacji jest nieetyczne względem autora, ponieważ „on nic z tego nie ma” oraz, że „gdybym wydał jakąś mangę, to chciałbym na niej zarabiać, a nie żeby ktoś mi kserował”.

Badani nie byli zgodni, co należałoby zmienić w prawie autorskim. Połowa uważała, że lepiej nic nie zmieniać („dla mnie lepiej byłoby nie ruszać”), połowa przychyliła się do uzyskania zgody autora i publikacji „za darmo”.

PODSUMOWANIE

Wobec nieadekwatności prawa autorskiego, nie tylko fani, ale również twórcy korzystają z pozaprawnych reguł, które umożliwiają realizację ich woli oraz budowanie relacji z odbiorcami ich dzieł (np. system licencji Creative Commons). Analiza nieformalnych norm regulujących relacje między członkami fandomu a twórcami oraz porównanie ich z regulacjami prawnymi wskazuje, że normy tworzone przez twórców i odbiorców mogą być czasem skuteczniejsze i pełniej realizować cele prawa autorskiego niż samo prawo.

Badania przeprowadzone przez autorki potwierdzają doniesienia odnalezione w literaturze, że młodzi widzą przede wszystkim pozytywne strony udostępniania i korzystania z dóbr kultury w Internecie, jest to dla nich zupełnie naturalne. Nie zastanawiają się głębiej nad konsekwencjami prawnymi, ponieważ uważają, że nie zostaną nimi objęci.

Obecne prawo jest nie tylko nieskuteczne, ale działa wręcz korupcyjnie na młode pokolenie, które żyjąc w ciągłym duchu łamania prawa, uodparnia się na nie. Warto zastanowić się nad słowami Larry’ego Lessiga: „Żyjemy w dziwnych czasach. To wiek zakazów, gdzie w wielu dziedzinach naszego życia, żyjemy życiem nieustannie niezgodnym z prawem. Zwyczajni ludzie żyją niezgodnie z prawem, i to właśnie robimy naszym dzieciom. Żyją wiedząc, że żyją niezgodnie z prawem. Ta świadomość jest niezwykle niszcząca” [Lessig, 2015].

Autorzy powinni mieć środki prawne, aby bronić swoich praw do własnych utworów. Jednak zaostrzenie prawa autorskiego raczej nie powstrzyma fali *fan-fiction*, fanartu, fanvidów i nieautoryzowanych tłumaczeń. Lepszym rozwiązaniem może być uwzględnienie przez prawo autorskie zmiany sposobu korzystania z kultury z biernego na kreatywny i jasne określenie, co może odbiorca kultury i użytkownik Internetu. Kroki w tym kierunku poczyniła Kanada, której prawo autorskie w 2012 r. wyraźnie określiło zasady, na jakich można tworzyć nowe treści na podstawie istniejących już dzieł⁴. Kanadyjska regulacja odzwier-

⁴ Ustawa zmieniająca ustawę o prawie autorskim (Bill C-11; 41. Parlament Kanadyjski, Sesja 1.) weszła w życie 7 listopada 2012 r.

ciędlą zarówno etyczne reguły postępowania kreatywnych fanów, jak również ograniczenia, jakie narzucają swoim odbiorcom autorzy akceptujący twórczość na podstawie swoich dzieł. Prawo kanadyjskie wymaga m.in., aby twórca nowych treści nie czerpał zysków z nowego utworu, podał źródło pochodzenia oryginalnego dzieła i nie działał w celu zastąpienia oryginalnego dzieła nowym.

BIBLIOGRAFIA

- 11 lat mangi, <http://www.alejakomiksu.com/artukul/5167/11-lat-mangi-rozmowa-z-Waneko/> (dostęp: 15.02.2015 r.).
- Czaplińska A., Siuda P., 2008, *Fandomy jako element ruchu społecznego „wolnej kultury”*, czyli prawo autorskie a produktywność fanów [w:] *Homo Creator czy Homo Ludens? Twórcy – internauci – podróżnicy*, red. W. Muszyński, M. Sokołowski, Toruń, s. 50–60.
- Czarniawska B., 2004, *Narratives in social science research*, SAGE, London. <http://dx.doi.org/10.4135/9781848608184.n29>
- Danielewicz M., Tarkowski A., 2013, *Prawo autorskie w czasach zmiany*, http://www.sbc.org.pl/Content/82623/prawo%20autorskie%20w%20czasach%20zmiany_raport.pdf (dostęp: 30.03.2015 r.).
- Filiciak M., Danielewicz M., Buchner A. i in., 2012b, *Tajni kulturalni*, Centrum cyfrowe, http://www.ngoteka.pl/bitstream/handle/item/146/Tajni_Kulturalni_Raport.pdf?sequence=1 (dostęp: 30.03.2015 r.).
- Filiciak M., Hofmokl J., Tarkowski A., 2012a, *Obiegi kultury*, Warszawa: Centrum Cyfrowe, <http://obiegikultury.centrumcyfrowe.pl> (dostęp: 30.03.2015 r.).
- Gasser U., Ernst S., *From Shakespeare to DJ Danger Mouse: A Quick Look at Copyright and User Creativity in the Digital Age*, Berkman Center Research Publication No. 2006-05.
- Hopkinson, G.C., Hogg, M.K., 2006, *Stories: How they are used and produced in market(ing) research*, “Handbook of Qualitative Research Methods in Marketing” red. R.W. Belk (Ed.), Ed. Elgar, Cheltenham, U.K., 156–174. <http://dx.doi.org/10.4337/9781847204127.00020>
- Jenkins H., 2006, *Convergence Culture: Where Old and New Media Collide*, New York University Press, New York.
- Lessig L., 2015, http://www.ted.com/talks/larry_lessig_says_the_law_is_strangling_creativity (dostęp: 30.03.2015 r.).
- Naga prawda o społeczeństwie polskim, http://www.manga.gildia.pl/publicystyka/felietony/naga_prawda (dostęp: 15.02.2015 r.).
- Ostrowska M., 2013, *Problemy rynku mangi w Polsce*, „Toruńskie Studia Bibliologiczne” nr 1(10), <http://dx.doi.org/10.12775/TSB.2013.004> <http://www.home.umk.pl/~tsb/sites/default/files/numer10/ostrowska.pdf>
- Solomon, M.R., 2006, *Zachowania i zwyczaje konsumentów*. Wydawnictwo Helion, Gliwice.
- Spis polskich skanlacji, <http://skanlacje.cba.pl/> (dostęp: 30.03.2015 r.).

Toffler, A., Woydyło, E., Kłobukowski, M., & Osiatyński, W., 1997, *Trzecia fala*. Państwowy Instytut Wydawniczy, Warszawa.
Wikipedia, <http://en.wikipedia.org/wiki/Comiket> (dostęp: 30.03.2015 r.).

Streszczenie

Rozwój technologii cyfrowych i Internetu zmienił sposoby uczestniczenia w kulturze. Konsumenci ograniczający się dotąd do nabywania i biernego korzystania z dóbr kultury, stają się kreatywnymi prosumentami. Prawo autorskie nie nadąza za tymi zmianami. Próby zaostrzenia regulacji z zakresu własności intelektualnej nie prowadzą do zapewnienia skutecznej ochrony twórcom i nie wspierają kreatywności. Artykuł analizuje postawy polskich konsumentów dóbr kultury (mangi) w Internecie względem prawa autorskiego. W artykule dokonano przeglądu istniejących źródeł, jak również przeprowadzono własne badania. W celu zidentyfikowania postaw fanów mangi wobec prawa autorskiego zastosowano podejście interpretatywne. Przeprowadzono dwa wywiady w postaci minigrup, łącznie przebadano dziewięć osób w wieku 13–16 lat (grupę wybrano ze względu na profil czytelników mangi w Polsce). Badania przeprowadzone przez autorki potwierdzają doniesienia odnalezione w literaturze, że młodzi widzą przede wszystkim pozytywne strony udostępniania i korzystania z dóbr kultury w Internecie, jest to dla nich zupełnie naturalne. Nie zastanawiają się nad konsekwencjami prawnymi takiego korzystania, ponieważ uważają, że nie są nimi objęci. Obecne prawo jest nie tylko nieskuteczne, ale działa wręcz korupcyjnie na młode pokolenie, które żyjąc w ciągłym duchu łamania prawa, uodparnia się na nie.

Słowa kluczowe: postawa, prawo autorskie, dobra kultury

Attitude of the Consumers of Cultural Goods on the Internet Toward Copyright Law – the Case of Manga Fans

Summary

The development of digital technology and the Internet changed the ways of participating in culture. Copyright law does not keep up with the creative revolution that develops in cyberspace and through its existence. Attempts to tighten regulation of intellectual property do not lead to ensure the effective protection of authors and do not support creativity. The paper analyses the attitudes of consumers of manga market in Poland towards copyright law. This paper reviews the existing sources, and presents results of research conducted by authors. To identify attitudes of manga fans towards copyright law, interpretive approach was applied. 2 interviews were conducted in the form of minigrup, including 9 people aged 13–16 years (group chosen due to the profile of manga readers in Poland). This research confirms that the young appreciate the dissemination and use of cultural goods on the Internet. Young fans do not take into consideration legal consequences of their behavior, since they believe law will not be applied to them. The current law is not only ineffective, but it works even corruptive on the young generation which while living in constant violation of the spirit of the law, become resistant to them.

Keywords: attitude, copyright law, cultural goods

JEL: M31, L82, O33, K11, Z11