

UNIVERZA V LJUBLJANI
FILOZOFSKA FAKULTETA
ODDELEK ZA BIBLIOTEKARSTVO, INFORMACIJSKO ZNANOST
IN KNJIGARSTVO

TIM BOŽIČ

Creative Commons in vpliv na založništvo

Magistrsko delo

Ljubljana, 2015

UNIVERZA V LJUBLJANI
FILOZOFSKA FAKULTETA
ODDELEK ZA BIBLIOTEKARSTVO, INFORMACIJSKO ZNANOST
IN KNJIGARSTVO

TIM BOŽIČ

Creative Commons in vpliv na založništvo

Magistrsko delo

Mentor: dr. Andrej Blatnik

Študijski program: Založniški študij

Ljubljana, 2015

KLJUČNA DOKUMENTACIJSKA INFORMACIJA

Ime in PRIIMEK: Tim BOŽIČ

Naslov magistrskega dela: Creative Commons in vpliv na založništvo

Kraj: Ljubljana

Leto: 2015

Število listov: 69

Št. Slik: 0

Št. Tabel: 1

Število prilog: 0

Št. strani prilog: 0

Število bibliografskih opomb: 167

Mentor: dr. Andrej Blatnik

UDK 34 in 65

Ključne besede:

Ustvarjalna gmajna, avtorska pravica, upravljanje z digitalnimi pravicami, piratstvo, promocija knjig, komunikacijski krog knjige, dolgi rep

Izvleček:

V magistrski nalogi so predstavljene licence Creative Commons, pravna orodja, s katerimi ustvarjalci ponudijo svoja avtorska dela, na katerih so nekatere pravice pridržane. To počno z namenom, da se dela lažje širijo po spletu. S tem avtorji želijo pridobiti razpoznavnost in ugled. Znotraj knjižnega založništva je to še neraziskana vrsta promocije, pri kateri avtorji objavljajo literarna dela prosto dostopna na spletu. V raziskavi sem se osredotočil na avtorje leposlovnih del, ki se poslužujejo licence CC. V študiji primera sem raziskal motive za uporabo licenc in kakšen vpliv je to imelo na nakup tiskane in e-knjige. Ugotovljeno je bilo, da se licence CC ne uporabljajo pogosto za literarna dela. Do leta 2015 v Sloveniji ni znanega avtorja, ki bi uporabil licence CC. Razpoznavnost in posledično povečan delež prodanih knjig sta bila odvisna od tega, ali so avtorja zvesti bralci razširili po spletu od ust do ust ter ali je bil deležen medijskih objav in recenzij s strani medijev in spletnih dnevnikov mnenjskih vodij.

PREVOD V ANGLEŠČINO

Title: Creative Commons and its impact on publishing

Keywords:

Creative Commons, copyright, digital rights management (DRM), piracy, book promotion, book communication circuit, long tail

Abstract:

The thesis presents Creative Commons licenses, legal tools with which artists offer their works with some rights reserved. They do this in order so that their works spread online more easily. By doing so, authors wish to obtain recognition and reputation. Inside the book publishing this still remains unexplored type of promotion through which authors publish their literary works that are freely distributable online. In the research I have focused on those authors of literary works that use CC licenses. In the case study I investigated the motives for the use of licenses and impacts these have on purchasing of printed books and e-books. It was found that the CC licenses are not frequently used for literary works. By 2015 Slovenia has had no known established author using CC licenses. Visibility/recognition and consequently an increase in the proportion of books sold were dependent on whether the author's faithful readers spread the books awareness online via word of mouth or whether that was done through/ the authors/ the books have received media coverage and media reviews or blogs of opinion leaders.

KAZALO VSEBINE

1	UVOD	8
1.1	RAZISKOVALNO VPRAŠANJE	9
1.2	METODOLOGIJA IN STRUKTURA ANALIZE	9
2	TEORETSKI OKVIR	10
2.1	KOMUNIKACIJSKI KROG KNJIGE	10
2.2	SPREMEMBE V KOMUNIKACIJSKEM KROGU KNJIGE	10
2.3	AVTORSKO PRAVO IN PIRATSTVO V KNJIŽNEM ZALOŽNIŠTVU	11
3	CREATIVE COMMONS	14
3.1	ORGANIZACIJA CREATIVE COMMONS	14
3.2	CREATIVE COMMONS SLOVENIJA – USTVARJALNA GMAJNA	15
3.3	LICENCE CREATIVE COMMONS	16
3.3.1	Licenca CC	16
3.3.2	Izbira licenc CC	17
3.3.3	Vrste licenc	18
3.3.3.1	Priznanje avtorstva – Nekomercialno – Brez predelav (CC BY – NC – ND)	18
3.3.3.2	Priznanje avtorstva – Nekomercialno – Deljenje pod enakimi pogoji (CC BY – NC – SA)	18
3.3.3.3	Priznanje avtorstva – Nekomercialno (CC BY – NC)	18
3.3.3.4	Priznanje avtorstva – Brez predelav (CC BY – ND)	19
3.3.3.5	Priznanje avtorstva – Deljenje pod enakimi pogoji (CC BY – SA)	19
3.3.3.6	Priznanje avtorstva (CC BY)	19
3.3.3.7	Public Domain (CC0)	19
3.3.4	Uporaba licence	20
3.4	CREATIVE COMMONS IN AVTORSKA PRAVICA	20
3.4.1	Licence Creative Commons in upravljanje z digitalnimi pravicami (DRM)	21
3.4.1.1	Primer založbe Tor Books	22
3.5	RAZŠIRJENOST UPORABE LICENC CC	24
3.5.1	Brezplačna enciklopedija Wikipedija	26
4	TRŽENJE KNJIG V 21. STOLETJU	28
4.1	OGLAŠEVANJE KNJIG	28
4.2	EKONOMIJA UGLEDA – DOLGI REP IN CREATIVE COMMONS	30
4.3	BREZPLAČNO – NOVI EKONOMSKI MODEL	31

4.3.1 Brezplačna knjiga kot založniška promocijska akcija.....	33
4.3.1.1 Feri Lainšček: Facebook.....	33
4.3.1.2 Neil Gaiman: The Browse Inside Full Access	34
4.3.1.3 Eric Flint, David Drake: Baen Free Library	36
4.3.2 Piratstvo kot promocija knjižnih naslovov.....	38
4.3.2.1 Paulo Coelho	38
4.3.2.2 Neil Gaiman.....	39
5 RAZISKAVA.....	40
5.1 ŠTUDIJA PRIMERA	40
5.1.1 Cory Doctorow – With a Little Help.....	40
5.1.2 Brandon Sanderson – Warbreaker.....	47
5.1.3 Peter Watts – Blindsight.....	48
5.1.4 Ostali avtorji, ki se poslužujejo licence CC	49
5.2 ANALIZA REZULTATOV	52
5.2.1 Hipoteze	53
5.2.1.1 Avtorji se odločajo za licence CC, saj želijo pridobiti razpoznavnost.....	53
5.2.1.2 Brezplačna knjiga, registrirana z licenco CC, pripomore k boljši razpoznavnosti avtorja.....	54
5.2.1.3 Brezplačna knjiga, registrirana z licenco CC, pripomore k boljši prodaji ...	55
5.2.1.4 Slovenski avtorji se za promocijo svojih leposlovnih del poslužujejo licenc CC.....	57
5.2.1.5 Creative Commons Slovenija aktivno sodeluje pri promociji ustvarjalnosti in domačih avtorjev	57
6 ZAKLJUČEK.....	58
7 VIRI.....	60
7.1 MONOGRAFSKE PUBLIKACIJE:.....	60
7.2 SPLETNI VIRI	61
7.2.1 Članki na spletu	61
7.2.2 E-knjige	63
7.2.3 Spletne strani	64
7.2.4 Spletni dnevniki.....	66
7.2.5 Spletne forumi.....	68
7.2.6 Video posnetki.....	68

KAZALO PREGLEDNIC

Tabela 1: Prodaja broširane izdaje knjige With a Little Help glede na naslovnico.....	46
---	----

ZAHVALA

Pri nastajanju magistrskega dela mi je ob strani stalo veliko ljudi. Mentorju prof. dr. Andreju Blatniku se zahvaljujem za pomoč, strokovno vodenje in nasvete pri nastajanju magistrskega dela. Posebno zahvalo namenjam Nataši Bezeljak za vso tehnično pomoč pri nastajanju naloge, ker me je spodbujala pri pisanju ter verjela v moj uspeh. Za pregled, popravke in lektoriranje magistrske naloge se zahvaljujem Valentini Tominec. Meliti Novak pa se zahvaljujem za lektoriranje angleškega povzetka.

1 UVOD

Licence Creative Commons (v nadaljevanju CC) so se pojavile na pričetku 21. stoletja z namenom, da bi ponudili ustvarjalcem možnost razširitve obsega uporabe avtorskih del, pri čemer bi ta bila javno dostopna na spletu pod različnimi pogoji oziroma s »pridrzanjem nekaterih pravic«. Neprofitna organizacija CC trdi, da se dela avtorjev, ki se odločijo za proste licence, lažje širijo med ljudmi, s čimer avtorji dobijo večjo prepoznavnost – to pa naj bi se posledično pokazalo tudi pri prodaji njihovih del. V raziskavi me bo zato zanimalo, ali zgornja trditev drži za literarna dela. Na to temo ni bilo v Sloveniji narejene še nobene raziskave, zaradi česar se mi zdi smiselno, da se preveri trditev zgornje teze, saj bi ob njeni potrditvi pomenilo, da se avtorjem ponuja oblika promocije, ki je bila do sedaj še dokaj neizkoriščena.

Za teoretično izhodišče sem vzel Darntonov komunikacijski krog knjige, saj licence CC kot pravna orodja predstavljajo svojevrstno inovacijo na področju dovoljevanja uporabe avtorskih del, s katerimi pisatelji nagovarjajo bralce na unikaten način, s tem pa še dodatno vplivajo na nadaljnji razvoj komunikacijskega kroga. Za boljše razumevanje razmer, ki so pripeljale do nastanka licenc CC, bom naredil kratek pregled piratstva in razvoja avtorskega prava. Sledila bo predstavitev licenc, njihovega razvoja, njihovega odnosa do avtorske pravice in upravljanja z digitalnimi pravicami ter razširjenost licenc od njihovega nastanka do danes. Pred raziskavo pa obravnavam še oglaševanje knjig, povezavo med dolgim repom in licencami CC in novim ekonomskim pomenom brezplačnega v 21. stoletju.

Kot je že iz samega naslova razvidno, magistrska naloga primarno obravnava založniško tematiko. Zaradi same narave licenc CC bi lahko bila na to temo spisana naloga, ki bi obravnavala zgolj pravni vidik licenc ali njihovo ideološko sporočilo. Moja naloga se seveda dotakne slednjih stvari – ni pa njeno bistvo. Uporaba CC licenc se je v zadnjih letih zelo razširila. Zasledimo jih lahko v knjižnem založništvu kot tudi v glasbeni industriji: skupine Nine Inch Nails, Radiohead itd. V nalogi se tako osredotočam zgolj na avtorje, ki se odločajo za njihovo uporabo z namenom izboljšanja lastne samopromocije. V raziskavi sem se osredotočil zgolj na uveljavljene avtorje, ki pišejo leposlovje ter svoja dela na spletu ponujajo brezplačno. Omenjene omejitve so bile načrtane namenoma, saj bi bil v nasprotnem primeru fokus magistrskega dela preobširen.

1.1 RAZISKOVALNO VPRAŠANJE

V raziskavi bom preveril, ali brezplačna knjiga na spletu pripomore k boljši promociji avtorja, in posledično ugotavljal, ali to avtorjem prinaša materialne koristi. Sekundarni namen raziskave je, da preverim, kako je s tovrstno promocijo v Sloveniji in ali se slovenski avtorji poslužujejo licenc CC.

Izhodiščna hipoteza:

- Prosto dostopna knjiga na spletu, registrirana z licenco CC, pripomore k boljši promociji avtorja, kar pa posledično prinaša materialne koristi.

Delovne hipoteze:

- Avtorji se odločajo za licence CC, saj želijo pridobiti razpoznavnost.
- Brezplačna knjiga, registrirana z licenco CC, pripomore k boljši razpoznavnosti avtorja.
- Brezplačna knjiga, registrirana z licenco CC, pripomore k boljši prodaji.
- Slovenski avtorji se za promocijo svojih leposlovnih del poslužujejo licenc CC.
- Creative Commons Slovenija aktivno sodeluje pri promociji ustvarjalnosti in domačih avtorjev.

1.2 METODOLOGIJA IN STRUKTURA ANALIZE

Pri pisanju magistrske naloge se bom posluževal ekstenzivnega raziskovalnega pristopa študije primerov – se pravi preučevanja večjega števila enot. To bom ponazoril s primeri avtorjev, ki so se odločili za licence CC. Spremenljivke v pričujoči raziskavi so pisatelji, katerih literarna dela so prosto dostopna na spletu. Predstavljeni primeri so sestavljeni na podlagi zbranih sekundarnih virov. Posluževal se bom uradnih spletnih strani avtorjev, spletnih dnevnikov, uradnih strani založb in člankov na spletu (npr. *Publishers Weekly*), kjer avtorji in založniki govorijo o svojih izkušnjah. Analiza rezultatov raziskave bo izvedena na podlagi analitične indukcije oziroma generalizacije. Študija bo orisala motive avtorjev, ki so se odločili za promocijo svojega avtorskega dela kot prosto dostopnega kulturnega objekta na spletu. Predstavljeni bodo razlogi, učinki tovrstne promocije, prodajni učinki ter njihov odziv na samo izkušnjo.

2 TEORETSKI OKVIR

2.1 KOMUNIKACIJSKI KROG KNJIGE

Tezo o komunikacijskem krogu knjige je postavil Robert Darnton leta 1982 v svojem eseju z naslovom *Kaj je zgodovina knjig? (What is the history of books?)*. V njem navaja, da ima knjiga ali kodeks svoj življenjski krog. Krog se prične pri avtorju, ki založbi posreduje avtorsko delo. Včasih to vlogo prevzame tudi knjigotržec. Od tu gre knjiga od tiskarja, špediterja do bralca. »Bralec na avtorja vpliva tako pred ustvarjalnim dejanjem kot po njem. Avtorji so tudi sami bralci. Z branjem in druženjem z drugimi bralci in pisatelji oblikujejo pojma žanr in slog ter splošen občutek književnega početja, ki vpliva na njihova besedila. Pisatelj se s pisanjem odzove na kritike prejšnjega dela ali napoveduje tiste, ki jih bo šele izzval. Nagovarja tihe bralce in poslušá odzive glasnih ocenjevalcev. Krog je torej sklenjen.« (Darnton, 2011, str. 141) Medtem pa Kovač dodaja, da je »tiskana knjiga razvila sebi lasten komunikacijski krog, ki je nastal približno sto let po izumu tiska in se nato dobrih tristo let ni pomembno spremenil« (Kovač, 2009, str. 66). Oziroma bi ga lahko »z manjšimi popravki uporabili za vsa obdobja v zgodovini tiskane knjige« (Darnton, 2011, str. 141). Darntonov model je bil deležen tudi nekaj kritik. Očitajo mu, da se preveč osredotoča na ljudi, ki se profesionalno ukvarjajo s knjigo, ter z delovanjem knjigotrštva. Manj pa se posveča dejavnikom, ki jih knjige povzročajo zunaj komunikacijskega kroga. Po drugi strani pa so strokovnjaki mnenja, da je to njegova prednost, saj ko ga uporabljamo za analizo delovanja založniške industrije, lahko z njim razložimo tudi delovanje knjigotrštva. Opozarja pa tudi na spremembe, ki jih prinašajo tehnološke inovacije (Kovač, 2009).

2.2 SPREMEMBE V KOMUNIKACIJSKEM KROGU KNJIGE

Knjige danes v večini primerov nastajajo v digitalni obliki. Založniki jih shranjujejo v digitalnih zbirkah. Darnton v tem pogledu napoveduje, da znanstvenim knjižnicam ne bo več potrebno skladiščiti knjig v tiskani obliki (Darnton, 2011). V tem pogledu že od konca 20. stoletja v komunikacijskem krogu knjige poklica stavca ne zasledimo, saj je ta poklic zaradi izuma računalnika izumrl (Kovač, 2009). Darnton še dodaja, da bodo bralniki in tisk na zahtevo zadostovali za zadovoljevanje instantnih potreb (Darnton, 2011). S tiskom na zahtevo je možno natisniti razprodano knjigo zgolj v enem izvodu, s čimer založnik eliminira stroške skladiščenja. Kovač digitalno tiskano knjigo enači z elektronsko knjigo, saj imata

skupne tržne in proizvodne lastnosti. Preko spleta se jo trži kot e-knjigo. Izdelana in natisnjena pa je s pomočjo digitalne tehnologije. Kovač dodaja tudi, da se je spremenil družbeni kontekst komunikacijskega kroga knjige. Konec 20. stoletja se je zmanjšalo število davčnih, carinskih in cenzorskih ovir. Angleščina je postala jezik, ki se uporablja po vsem svetu in »ne glede na fizično oddaljenost povezuje vse »globalizirane« kulture in s tem vse angleške govorce spreminja v novo, globalno zamišljeno skupnost« (Kovač, 2009, str. 76). Zaradi cenejšega tiska se je povečala količina knjig, po drugi strani pa so naklade knjig pričele padati. Danes je možno izdati knjigo zgolj v enem izvodu. Kovač se pri tem tudi sprašuje, če je s tem modelom sploh še možno analizirati položaj knjige v družbi od prvega desetletja novega tisočletja dalje. Poleg porasta elektronskih publikacij pri tem poudarja še dejavnike, kot so digitalizacija, spremembe v produkciji in distribuciji ter trženje knjig. Tovrstne spremembe pa ne vplivajo zgolj na spremembo v komunikacijskem krogu knjige, temveč tudi na z njim povezano informacijsko funkcijo knjige (Kovač, 2009).

2.3 AVTORSKO PRAVO IN PIRATSTVO V KNJIŽNEM ZALOŽNIŠTVU

Pojava piratstva in avtorskega prava, kakršna ju poznamo danes, sta posledica Gutenbergovega izuma tiska, saj je revolucija množične izdelave knjig v 15. stoletju pripeljala do družbenih mehanizmov kontrole nad samo produkcijo in reprodukcijo knjig kot tudi dovoljevanja uporabe avtorskih del. V poglavju bo orisan kratek zgodovinski pregled.

Izum tiska, ki se je v 15. stoletju razširil po Evropi, je povzročal resne težave v takratni politiki. Avtoritete so z namenom obvladovanja te nove obrti vzpostavile različne mehanizme kontrole nad producenti vsebin in tiskarji. Leta 1547 so v Franciji sprejeli zakon, po katerem sta morala biti na naslovni strani verskih knjig navedena avtor in tiskar. Drugi mehanizem je bil podeljevanje licenc za izdajanje knjig. Cerkev pa je vzdrževala moralo v družbi z Vatikanskim seznamom prepovedanih knjig. Nadzor nad delovanjem tiskarn pa se je vršil na dva načina. Patent je bil odprto pismo, ki ga je vladar v srednjem veku naslovil na tiskarja, s čimer mu je dovolil »privilegij« opravljanja obrti, ki pa je istočasno predstavljal tudi neke vrste monopol na tem področju. Prvi tovrsten patent je bil izdan v Benetkah leta 1486 Marcusu Sabellicusu. Z njim so se med drugim poizkušali zavarovati tudi glede nepooblaščenega ponatiskovanja knjižnih naslovov. Register pa je bila knjiga, v katero so bili vpisani tiskarji in knjigotržci nekega določenega mesta. Namen registra je bil, da so vanj vpisali naslove knjig, ki so jih želeli objaviti, s tem pa je oblast ohranjala red in vzdrževala ugled tiskarske obrti. Izraz za piratstvo se je prvič pojavil v Angliji konec 17. stoletja (Johns,

2009). Leta 1710 so v Veliki Britaniji z zakonom kraljice Ane prvi na svetu uvedli avtorsko pravico – z namero, da ukrotijo monopolistično delovanje Londonske založniške družbe, ki so zagovarjali trajne avtorske pravice. Avtorska pravica je tako veljala štirinajst let z možnostjo enega podaljšanja. Namen je bil tudi, da bi s tem »spodbujali širjenje znanja«. Prvi ameriški zakon o avtorski pravici je iz leta 1790 in je bil vsebinsko podoben britanskemu – vključno glede trajanja avtorske pravice (Darnton, 2011, str. 20). Konec 18. stoletja se je znotraj založniškega kroga knjige pojavil poklic tihotapca. V predrevolucijski Franciji so bili namreč nekateri knjižni naslovi prepovedani (npr. vsa Voltairova dela). Tovrstne knjige so do kupcev potovale štiri mesece iz švicarskih tiskarn preko Alp v Francijo. Če pa so se tihotapci posluževali plovbnega transporta po Roni ali Sredozemskem morju, je knjiga v najboljših vremenskih pogojih potovala mesec dni. Knjige so se nato v knjigarnah v Franciji prodajale pod pultom (Kovač, 2009). Ne zgolj to, da so že takrat obstajali piratski založniki – celo avtorji so se vključevali v sam proces. Voltaire je s tovrstnimi založniki tako sklepal skrivne dogovore, saj se sam od sebe ni bil zmožen preživljati s pisanjem. To je storil tako, da je za hrbtom založnika v nove izdaje svojih knjig dodajal posamezne odlomke, da bi besedilo napravil zanimivejše in pripomogel k njegovi razširjenosti – pripomogel pa je zgolj k razburjenosti svojih bralcev (Darnton, 2011). Razen iz Švice so na tovrsten način v Francijo potovale tudi knjige iz Nizozemske. Na področju takratne Nemčije, kjer je obstajalo več malih držav, pa so tihotapile knjige ena v drugo. Poseben primer je bila Irska, saj so se tu tovrstne knjige v mnogih primerih prodajale po pol nižji ceni od originalne – knjige pa so se prodajale po Irski, Veliki Britaniji in celo po Severni Ameriki. Kar je Irsko naredilo za nekaj časa unikatno, je bilo dejstvo, da v takratnem Dublinu ni bilo sistema, ki bi nadzoroval produkcijo knjig. Adrian Johns v knjigi *Piracy: The intellectual property wars from Gutenberg to Gates* Irsko označi kot piratsko kraljestvo, ki je njeno družbo pripeljala v tako imenovano »piratsko razsvetljenstvo«. Proti koncu 18. stoletja, ko je nadzor glede ponatiskovanja zaradi pritiska Anglije postajal vse strožji, se je knjižno piratstvo preselilo v Združene države Amerike. Za to je bil zaslužen Mathew Carey, ki je leta 1784 zaradi kazenskega pregona zbežal s takratne Irske (Kingdom of Ireland). Postal je eden najbolj znanih založnikov in nadaljnjih štirideset let sooblikoval literarni, znanstveni in politični diskurz v ZDA. Ni pa si zgolj prillašal in ponatiskoval knjig, izdanih v Londonu, temveč je s pomočjo agenta, ki je bil stacioniran v Gibraltarju (in mu je dostavljal nova besedila), produciral tudi knjige v nemškem in francoskem jeziku ter v španskem jeziku za južnoameriški trg. Piratsko založništvo v ZDA je trajalo do leta 1890, ko se je Washington dokončno uklonil angleškemu prizadevanjem (podpiralo ga je veliko pisateljev) za sprejem

mednarodnih avtorskih pravic – piratstvo je tako v ZDA postalo kaznivo dejanje (Johns, 2009). Leta 1886 je bila sprejeta Bernska konvencija za varstvo književnih in umetniških del, ki jo priznava večina držav in ščiti pravice dedičev. 1911 je bila avtorska pravica razen na likovna in glasbena dela razširjena še na znanstvene razprave. 1952 je bila sprejeta Univerzalna konvencija (Universal Copyright Convention ali UCC), ki jo ureja UNESCO. Leta 1967 je bila ustanovljena Mednarodna organizacija WIPO (World Intellectual Property Organization) s sedežem v Ženevi. WIPO se zavzema za zaščito avtorskih pravic in intelektualne lastnine. Leta 1974 je postala posebna agencija Organizacije združenih narodov, ki znotraj članic skrbi za urejanje zadev v povezavi z intelektualno lastnino. 1996. sta bila sprejeta sporazum o avtorskih pravicah (WIPO Copyright Treaty) in sporazum o izvedbah in zvočnih zapisih (WIPO Performances and Phonograms Treaty), ki sta nadgradila Pariško (iz leta 1884, ki ščiti industrijsko lastnino) in Bernsko konvencijo. Od takrat ščiti tudi baze podatkov in računalniške programe. Slovenija se je uradno pridružila organizaciji leta 1999. Do leta 2006 pa je bilo vanjo vključenih 183 držav članic (Ilich, 2007). ZDA so Bernsko konvencijo sprejele šele leta 1988 (Johns, 2009). Leta 1998 je bil v Ameriki sprejet Zakon Sonnya Bona o trajanju avtorskih pravic ali »Mikimiškin zaščitni zakon«, po katerem avtorske pravice trajajo do avtorjeve smrti in še sedemdeset let po njej (Darnton, 2011, str. 20). S pojavom svetovnega spleta je knjiga ponovno postala množično piratizirana. Glede na visoko korelacijo med tehničnimi poklici (računalničarji), ki so prvi uporabljali splet, in branjem znanstvene fantastike je bilo neizogibno, da so bili prvi nestrokovni pogovori na spletu na temo omenjenega žanra. O tem priča tudi dejstvo, da je bila skovanka kiberprostor (cyberspace) prvič uporabljena v znanstveno-fantastičnem romanu *Nevromant* (1984) pisatelja Williama Gibsona. S pojavom interneta je bil izraz identificiran z virtualno-omrežnim prostorom. Knjige, ki so bile piratizirane, so se širile na spletu preko kanalov "bookwarez". Bile so skenirane, konvertirane v digitalni tekst in na koncu še lektorirane (Giving It Away, 2006). Množične kršitve avtorskih pravic so privedle do tehnološkega zaklepanja avtorskih del (Digital Rights Management oziroma DRM). Leta 1998 je bil v ZDA sprejet The Digital Millennium Copyright Act (v nadaljevanju DMCA), po katerem ni bilo kaznivo dejanje zgolj to, da je posameznik zaobšel digitalno zaščito, temveč tudi širjenje kode, s katero je posameznik zaobšel tovrstno zaščito (Johns, 2009). V Evropi je bil European Union Copyright Directive (EUCD), ekvivalent ameriškemu DMCA, sprejet leta 2002 (Bogataj Jančič, 2008). V odgovor so se razvili alternativni sistemi, ki se zavzemajo za svoboden dostop do kulturnih vsebin – v našem primeru licence Creative Commons.

3 CREATIVE COMMONS

3.1 ORGANIZACIJA CREATIVE COMMONS

Creative Commons je neprofitna organizacija, ki sestoji iz Creative Commons International, britanskega neprofitnega podjetja, in Creative Commons Corporation, ameriške dobrodne organizacije iz Massachusettsa. Sedeži ostalih vodilnih ekip so še v San Franciscu in Londonu. Leta 2001 so ga ustanovili strokovnjaki s področja intelektualne lastnine in spletnega prava s pomočjo Berkman Center for Internet & Society na Harvard Law School (Pogosta vprašanja o Creative Commons [FAQ], 2006). Med ustanovne člane organizacije danes štejemo profesorja prava na univerzi v Harvardu in Stanford Law School ter pobudnika gibanja Creative Commons Lawrencea Lessiga, profesorja prava na fakulteti Duke Law School Jamesa Boyla, profesorja prava s področja intelektualne lastnine ter internetnega prava na fakulteti Washington College of Law Michaela Carrola, spletnega založnika Erica Eldreda, odvetnika s področja kibernetnega prava Erica Saltzmana ter profesorja elektroinženiringa in računalništva na MIT Hala Abelsona. Organizacija ima sedež trenutno na Stanford Law School Center for Internet and Society. Projekt je finančno podprl Center for the Public Domain, John D. and Catherine T. MacArthur Foundation, Omidyar Network Fund in Hewlett Foundation. Organizacija se financira tudi s prostovoljnimi prispevki (Za novinarje, 2007).

Organizacija temelji na prepričanju, da nekateri avtorji ne želijo uveljaviti vseh pravic, ki jim jih predpisuje zakon o avtorski pravici, saj mnogo ustvarjalcev meni, da jim te ne ponujajo željene prepoznavnosti oz. izpostavljenosti ter jih omejujejo pri distribuciji avtorskih del. Kot alternativa praksi prelaganja materialnih avtorskih pravic na založbe, ki skrbijo za reprodukcijo in distribucijo avtorskih del, je ustvarjalcem CC s tem namenom ponudil nabor uporabe različnih brezplačnih licenc ter pravnih orodij. Ustvarjalci te licence izbirajo po lastni presoji in brez posredovanja pravnih svetovalcev. Creative Commons tako služi interesu pisateljev, akademikov, znanstvenikov, glasbenikov, fotografov ter ostalih ustvarjalcev, ki se odločijo, da svoja dela javno delijo v uporabo z vsemi pod različnimi pogoji oziroma s »pridrženjem nekaterih pravic« (Pogosta vprašanja o Creative Commons [FAQ], 2006). Lessig to tolmači kot zagotavljanje svobode tistim posameznikom, ki »verjamejo v nekaj drugega poleg skrajnosti 'vse' ali 'nič'« (Lessig, 2005, str. 299). Cilj organizacije je ustanoviti gibanje uporabnikov in izdelovalcev, ki s svojim delom dokazujejo pomen javne domene za ostale ustvarjalce (Lessig, 2005).

3.2 CREATIVE COMMONS SLOVENIJA – USTVARJALNA GMAJNA

Slovenija je prenesla licence v svoj pravni red leta 2005. V Sloveniji za projekt skrbi CC Slovenija. Vodita ga Inštitut za intelektualno lastnino in Laboratorij za digitalne medije pri KUD France Prešeren – LJUDMILA. Inštitut skrbi za pravne vidike prilagajanja izvirnega besedila licenc slovenski zakonodaji, medtem ko laboratorij skrbi za tehnično, administrativno in organizacijsko izvedbo projekta. Projekt se izvaja s sredstvi, ki jih prispevajo pokrovitelji in donatorji. Dejavnosti so organizirane na osnovi prostovoljnega dela in dela podpornikov. Od decembra 2004 do lansiranja licenc oktobra 2005 je projekt vodila Maja Bogataj Jančič. Domači javnosti je bil 26. aprila 2005 predstavljen prvi osnutek slovenske licence. S tem so pravne in druge zainteresirane javnosti pozvali h komentiranju in predlogom. Drugi javni osnutek licence je bila objavljen 29. septembra 2005. CC Slovenija je med 26. in 29. oktobrom 2005 organizirala prvi Festival ustvarjalnosti in svobodne kulture pri nas. Na festivalu so bila predstavljena avtorska dela, s katerimi so ustvarjalci podprli projekt CC Slovenija. 29. oktobra 2005 so bile predstavljene slovenske inačice CC licenc. Na slovesnosti je bil častni gost in predavatelj profesor Lawrence Lessig. Drugi festival je potekal v Kiberpipi 5. decembra 2006 (Za novinarje, 2007). Poslanstvo organizacije CC je, da pomagajo širiti vodje projektov v posamezne pravne sisteme, v katere so bile licence prenesene. Pri tem so vodje projektov ter Creative Commons International samostojni in medsebojno neodvisni. Vsi pa se zavzemajo za razvoj, podporo ter promocijo pravne ter tehnične infrastrukture, ki spodbuja digitalno ustvarjalnost ter promocijo uporabe licenc in orodij CC (Pogosta vprašanja o Creative Commons [FAQ], 2006).

Izraz Creative Commons so v Sloveniji poimenovali oz. poslovenili Ustvarjalna gmajna, kar pomeni skupno vaško last (Grafenauer Krnc, 2007). Če primerjamo izraz gmajna z angleškim, commons, vidimo, da gre za ustrezen prevod, saj s tem govorimo o stvareh, ki so javna last (parki, ceste, znanstvene teorije, besedila, ki jih ne pokrivajo avtorske pravice itd.). (Formenti, 2005).

Razlog, da se v pričujočem delu nisem posluževal poslovenjenega izraza, je v tem, da se ta tudi ne pojavlja v prevodu strokovnih del v slovenskem jeziku (Lessig, Lawrence: *Svobodna kultura*; Anderson, Chris: *Dolgi rep in Izdelovalci*; Formenti, Carlo: *Ne-ekonomija*). Prav tako tega izraza ni moč zaslediti v povzetku pravne licence, ki se nahaja v domačih delih, izdanih pod licenco CC. Tvrsten primer je doktorsko delo dr. Maje Bogataj Jančič *Avtorsko pravo v digitalni dobi* (2008), v kateri je navedena licenca »Creative Commons 2.5 (priznanje avtorstva, nekomercialno, brez predelav)«. Kot je razvidno, je

licenca tudi v Sloveniji v pravnem jeziku ohranila originalno ime. Medtem pa so pogoji, s katerimi ustvarjalci dovoljujejo uporabo svojih del, navedeni v slovenskem jeziku. Oziroma, povedano drugače, poslovenjen izraz se ne pojavi v nobenem od zgoraj navedenih strokovnih del. Podobno je v Sloveniji pri Mednarodni organizaciji za standardizacijo (International Organization for Standardization ali ISO), saj ko govorimo o standardih, jih na kratko navajamo zgolj kot ISO standarde (Bučar, 2000). Podobno je tudi v našem primeru, saj licence Creative Commons na kratko poimenujemo licence CC ter o njih ne govorimo kot o licencah Ustvarjalne gmajne.

3.3 LICENCE CREATIVE COMMONS

3.3.1 Licenca CC

Ko avtor izbere osnovne pogoje licence, se ta avtomatično generira in izrazi v treh oblikah: povzetek licence, celotno pravno besedilo licence in metapodatki. Povzetek licence (commons deed) je povzetek ključnih določil celotnega pravnega besedila licence in nima pravne veljave. Dopolnjen je z ustreznimi grafičnimi ikonami. Celotno pravno besedilo licence (legal code) je dokument, ki je veljaven na sodišču – oziroma mu lahko rečemo tudi licenca. Metapodatki (digital code) so prevod licence v računalniškem okolju, ki omogočajo identifikacijo avtorskega dela s pomočjo iskalnikov in aplikacij glede na pogoje licence. Pri verziji 1.0, izdana je bila decembra 2002, je bilo možno izbirati med 11 licencami, vendar so izkušnje pokazale, da si velika večina avtorjev želi priznanje avtorstva (Uporaba CC licenc, 2007). Maja 2004 je izšla verzija 2.0, junija 2005 pa je z nekaj popravki izšla verzija 2.5 (Version 3, 2013). Od verzije 2.5 se tako priznanju avtorstva ni več možno odreči. Na izbiro pa je ostalo še šest licenc ter orodje za Public Domain (CC0) (Uporaba CC licenc, 2007). Z verzijo 3.0 se je Creative Commons od leta 2006 dalje zavzemal, da je prenesel licence v pravne sisteme v več kot 45 držav, med drugim tudi v Slovenijo (Report, 2014). To je bilo storjeno tako, da so pravno besedilo licenc prilagodili z določili, zapisanimi v mednarodnih sporazumih, ki se dotikajo varstva intelektualne lastnine. Mednje štejemo Bernsko konvencijo za varstvo književnih in umetniških del, Konvencijo za varstvo izvajalcev, proizvajalcev fonogramov in radiodifuznih organizacij (Rimska konvencija iz leta 1961), Pogodbi WIPO o avtorski pravici ter o izvedbah in fonogramih iz leta 1996, Ženevsko konvencijo in Universal Copyright Convention (UCC) iz leta 1952. Ta verzija ureja tudi področje moralnih pravic in nadomestil, ki se izplačujejo kolektivnim

organizacijam. Vključuje tudi določbo o kompatibilnosti oziroma souporabi z drugimi podobnimi licencami (Version 3, 2013). 25. novembra 2013 je Creative Commons izdal najnovejšo različico mednarodnih licenc 4.0, pri čemer so imeli v mislih mednarodnega uporabnika. Nova različica vsebuje določbe glede pravic z bazami podatkov (sui generis database rights), osebnostnih pravic in podatkovnega rudarjenja. Poleg tega je njihov namen tudi, da eliminirajo potrebo, da prenesejo licence v pravni sistem vsake države posebej, s tem da avtomatično veljajo po vsem svetu (Report, 2014).

3.3.2 Izbira licenc CC

Ustvarjalcem so na uradni spletni strani Creative Commons na voljo licence, s katerimi dovoljujejo uporabo svojih avtorskih del, pri tem pa izbirajo med tremi glavnimi pogoji: nekomercialno, brez predelav in deljenje pod enakimi pogoji. Z njimi avtorji sporočajo, pod kakšnimi pogoji bodo dopuščali rabo svojih del. Priznanju avtorstva (attribution) se ustvarjalci ne morejo odreči, zaradi česar mora biti avtor vedno jasno naveden. Pri izbiri nekomercialno (noncommercial) je dovoljeno reproduciranje in distribuiranje v kateremkoli mediju ali formatu. Prepovedana je komercialna raba dela oziroma mora zanjo avtor dati svoje soglasje. Primer: avtor objavi kratko zgodbo na spletu pod licenco nekomercialno. Založnik želi vključiti zgodbo v antologijo kratke proze. Založniku to ni dovoljeno brez predhodnega dovoljenja avtorja. Pri izbiri brez predelav (no derivative works) je dovoljeno reproduciranje in distribuiranje avtorskega dela v kateremkoli mediju ali formatu za katerikoli namen, tudi komercialen, samo pod pogojem, da gre za izvorno obliko dela; avtor ne dovoli predelav. Primer: avtor objavi svojo pesem na internetu pod licenco brez predelav. Založnik želi vključiti pesem v antologijo mladih pesnikov, kar mu je tudi omogočeno. Ne bi bilo pa dovoljeno npr. prevajati antologije v nemški jezik, saj avtor ne dovoli predelav in tega brez njegovega predhodnega dovoljenja ni dovoljeno storiti. Pri izbiri deljenje pod enakimi pogoji (share alike) je dovoljeno reproduciranje in distribuiranje avtorskega dela v kateremkoli mediju ali formatu za katerikoli namen, tudi komercialen. V primeru predelave lahko avtor predelave delo distribuira zgolj pod pogoji, kot so veljali za izvorno avtorsko delo. Primer: avtor dovoli, da je delo brezplačno vključeno v antologijo kratkih zgodb, prevedeno v tuje jezike, predelano za na gledališke odre, zvočno knjigo itd., vendar v zameno pričakuje, da avtor predelave delo distribuira zgolj pod pogoji, kot so veljali za izvorno avtorsko delo (Formenti, 2005).

3.3.3 Vrste licenc

Med licence svobodne kulture (free culture licenses) uvrščamo: Priznanje avtorstva (CC BY), Priznanje avtorstva – Deljenje pod enakimi pogoji (CC BY – SA) in Public Domain (CC0). Avtorska dela, registrirana pod licence: Priznanje avtorstva – Nekomercialno – Brez predelav (CC BY – NC – ND), Priznanje avtorstva – Nekomercialno – Deljenje pod enakimi pogoji (CC BY – NC – SA), Priznanje avtorstva – Nekomercialno (CC BY – NC) in Priznanje avtorstva – Brez predelav (CC BY – ND), pa se zaradi bolj omejenega načina dovoljevanja ne smatrajo kot dela svobodne kulture (Understanding Free Cultural Works, 2013). V Sloveniji je ustvarjalcem namenjenih šest licenc CC. Public domain (CC0) pri nas ni na voljo, saj je v nasprotju z Zakonom o avtorski in sorodnih pravicah.

3.3.3.1 Priznanje avtorstva – Nekomercialno – Brez predelav (CC BY – NC – ND)

»Uporabniki lahko reproducirajo, distribuirajo, dajejo v najem in priobčijo javnosti samo kot izvirno avtorsko delo, ne pa tudi predelav dela, pod pogojem, da navedejo avtorja in da ne gre za komercialno uporabo.« (Bogataj Jančič et al., 2007, str. 187).

3.3.3.2 Priznanje avtorstva – Nekomercialno – Deljenje pod enakimi pogoji (CC BY – NC – SA)

»Določa, da lahko uporabniki avtorsko delo, ki je ponujeno pod to licenco, in njegove predelave reproducirajo, distribuirajo, dajejo v najem, priobčijo javnosti in predelujejo pod pogojem, da navedejo avtorja, da ne gre za komercialno uporabo in da tudi oni izvirna dela/predelave širijo naprej pod istimi pogoji. Razlika med prej omenjeno in to licenco je v tem, da lahko pri slednji uporabniki avtorsko delo predelujejo in spreminjajo, vendar ga morajo širiti naprej pod istimi pogoji.« (Bogataj Jančič et al., 2007, str. 187).

3.3.3.3 Priznanje avtorstva – Nekomercialno (CC BY – NC)

»Tovrstna dela lahko uporabniki nekomercialno reproducirajo, distribuirajo, dajejo v najem, priobčijo javnosti in predelajo avtorsko delo ter njegove predelave, morajo pa navesti avtorja. Od prve licence se razlikuje v tem, da se pri tej licenci delo lahko predeluje in

spreminja. Od druge licence pa se razlikuje v tem, da tu ni treba licencirati avtorskega dela/predelave dela pod istimi pogoji.« (Bogataj Jančič et al., 2007, str. 188).

3.3.3.4 Priznanje avtorstva – Brez predelav (CC BY – ND)

»Ta licenca določa, da lahko uporabniki delo reproducirajo, distribuirajo, dajejo v najem in priobčijo javnosti pod pogojem, da navedejo avtorja in da dela ne spreminjajo, torej samo izvorna avtorska dela, brez predelav. Od prve licence se ta razlikuje v tem, da je pri uporabi slednje licence dovoljena komercialna uporaba avtorskega dela.« (Bogataj Jančič et al., 2007, str. 188).

3.3.3.5 Priznanje avtorstva – Deljenje pod enakimi pogoji (CC BY – SA)

»Dela, ponujena pod to licenco, lahko uporabniki reproducirajo, distribuirajo, dajejo v najem, priobčijo javnosti in predelajo pod pogojem, če navedejo avtorja in širijo naprej pod istimi pogoji. Za nova dela, ki bodo nastala s predelavo, bo tako dovoljena tudi komercialna uporaba. Od druge licence se ta razlikuje samo v tem, da je tu dovoljena tudi komercialna uporaba dela/predelave.« (Bogataj Jančič et al., 2007, str. 188).

3.3.3.6 Priznanje avtorstva (CC BY)

»Uporabnikom dopušča, da lahko delo reproducirajo, distribuirajo, dajejo v najem, priobčijo javnosti in predelajo avtorsko delo, za komercialne ali nekomercialne namene, pod pogojem, da navedejo avtorja izvirnega dela.« (Bogataj Jančič et al., 2007, str. 188).

3.3.3.7 Public Domain (CC0)

V nasprotju z ostalimi CC licencami, na katerih so "nekatero pravice pridržane", orodje CC0 znanstvenikom, umetnikom in drugim ustvarjalcem omogoča, da ponudijo svoje avtorsko delo, na katerem ni pridržanih pravic (About CC0 — "No Rights Reserved", 2009). To je mogoče v pravnih sistemih kot npr. v ZDA, kjer lahko avtor v celoti prenese svojo avtorsko pravico na drugega oz. se ji lahko tudi odpove, s tem pa to delo postane javna last. To v Sloveniji ni mogoče, saj po Zakonu o avtorskih in sorodnih pravicah avtor ne more prenesti avtorske pravice v celoti ali se odpovedati svojim moralnim avtorskim pravicam.

Delo v Sloveniji pride v javno domeno, ko mu potečejo avtorske pravice – to je 70 let po avtorjevi smrti. Zaradi tega licenca CC0 v Sloveniji ni dosegljiva (Pogosta vprašanja o Creative Commons [FAQ], 2006).

3.3.4 Uporaba licence

Za delo, ki je dosegljivo na internetu, mora avtor vanj vnesti HTML kodo. Pri tem bo koda sama generirala gumb “Nekatere pravice pridržane” in izjavo, da je delo objavljeno pod licenco Creative Commons. Z gumbom avtor ljudi, ki se srečajo z delom, obvešča, da je objavljeno pod ustrezno licenco. Gumb služi tudi kot hiperpovezava do Commons Deed, kjer so podrobneje predstavljeni pogoji licence. Zaradi metapodatkov, ki se nahajajo v HTML-kodi, je to delo možno iskati tudi s pomočjo iskalnikov. Za delo, ki ni dosegljivo na spletu, mora avtor pod slovensko različico Creative Commons izbrati licenco, ki jo želi v delu uporabiti, ter v njem podati izjavo kot npr. “To delo je objavljeno pod licenco Creative Commons [vstavi opis]. Besedilo licence je na voljo na internetu na naslovu [<http://www.creativecommons.si>] ali po pošti na naslovu Inštitut za intelektualno lastnino, Streliška 1, 1000 Ljubljana.” Avtor lahko kot alternativo na tem mestu vstavi tudi ustrezne licenčne gumbe, glede na izbrano licenco, z isto izjavo ter naslovom URL (Uporaba CC licenc, 2007).

3.4 CREATIVE COMMONS IN AVTORSKA PRAVICA

Creative Commons se strinja, da je avtorska pravica nujna za zagotovitev avtorjevega dostojanstva, kot tudi, da je osnova za zagotavljanje avtorjeve ustvarjalnosti. Kritičen pa je do sistema avtorskega prava, ki variira od pravnega sistema ene države do druge, v pogledu, da so nekateri sistemi preveč zapleteni ter v nasprotju z interesi avtorjev. Pravnemu urejanju ustvarjalnosti pa pretijo nove zakonodajne spremembe (ACTA, TTIP), ki se pojavljajo zaradi boja proti spletnemu piratstvu. Ko avtor svojemu delu podeli eno od licenc Creative Commons, je to brezplačno dostopno na spletu, kjer svobodno kroži med uporabniki. Avtor obdrži vse pravice, ki jih je prejel ob stvaritvi dela, pri tem pa dopušča bolj svobodno uporabo dela pod določenimi pogoji. Licence CC, kot pravna orodja, delujejo kot nadgradnja avtorskih pravic, z namenom čim večje dostopnosti avtorskih del. V slovenski pravni red so bile licence prenesene septembra 2005. (Za novinarje, 2007)

Njihovi kritiki pa poudarjajo, da se avtor odpoveduje prevelikemu številu pravic, da licence izključujejo pravne napake na delu ter da je njihova pravna veljavnost in iztožljivost vprašljiva. (Bogataj Jančič et al., 2007)

3.4.1 Licence Creative Commons in upravljanje z digitalnimi pravicami (DRM)

Orodja za uveljavljanje pravic omogoča sistem upravljanja z digitalnimi pravicami (DRM), ki poleg tega skrbi še za tehnologijo uveljavljanja teh pravic ter digitalno izražanje pravic (digitally expressing rights) (Pogosta vprašanja o Creative Commons [FAQ], 2006). Namen tovrstnega sistema ni zgolj zaščita, temveč tudi distribucija vsebine na medmrežju. Imetnikom avtorskih pravic naj bi DRM omogočal neposredno sklepanje licenčnih dogovorov z uporabniki del, kar pa naj bi vplivalo tudi na učinkovitost avtorskih pravic na spletu. Čeprav tovrstni tehnološki ukrepi ščitijo avtorska dela, tako kot avtorska pravica, uporabnikom ne zagotavljajo enakih pravic. Na eni strani preprečujejo dejanja, ki posegajo v avtorsko pravico, na drugi strani pa omejujejo dejanja, ki jih avtorsko pravo dovoljuje. Imetniki avtorskih pravic zaradi svojih interesov zaklepajo več, kot jim to omogoča avtorsko pravo. Pri tem pa izvajajo nadzor dostopa do uporabe avtorskih del. S tem omogočajo dejanja, ki so dovoljena in prepovedana. Isti ukrep onemogoča kopiranje in preprečuje slepim konverzacijo besedila v Braillovo pisavo. Knjižnicam pa onemogoča, da bi pripravile arhivske kopije (Bogataj Jančič, 2008).

CC ne omogoča orodij za uveljavljanje pravic. Ponuja zgolj licence, pravna orodja, s katerimi na enostaven način sporoča uporabniku, katere pravice si avtor pridržuje. DRM-ja se uporabniki licenc CC ne poslužujejo, saj so mnenja, da ta ne more varovati svoboščin, kot je na primer "poštena raba" (fair use). Tega koncepta v slovenski zakonodaji nimamo. Poznamo pa sistem izjem in omejitev v Zakonu o avtorskih in sorodnih pravicah (členi od 46 do 67). Sekundarni argument, zaradi česa se te tehnologije pri CC ne poslužujejo, je, da verjamejo, da bi tovrstno upravljanje zadušilo ustvarjalnost – še posebej, če gre za predelave že obstoječega dela. CC se namreč trudi spodbuditi tovrstno ustvarjalnost med avtorji. V primeru, da avtor zavaruje svoje delo z orodji za uveljavljanje z digitalnimi pravicami, na katerem je že podarjena ena od licenc CC, ta oseba krši licenco. Vse licence namreč vsebujejo člen, ki pravi, da avtorji ne smejo distribuirati, javno prikazovati, javno izvajati ali javno digitalno izvajati avtorskega dela s tehnologijo, ki daje nadzor ali omogoča uporabo nad avtorskim delom, saj je v neskladju z določili licence (Pogosta vprašanja o Creative Commons [FAQ], 2006). Avtor seveda lahko svojemu delu podeli CC licenco ter istočasno

svoje delo objavi npr. na Applovi aplikaciji iBooks, kjer je delo vključeno v sistem upravljanja z digitalnimi pravicami. Tu govorimo o istem avtorskem delu, ki se istočasno nahaja na dveh lokacijah (Version 3, 2013).

3.4.1.1 Primer založbe Tor Books

Aprila 2012 se je založba Tor odločila, da bo do julija istega leta iz vseh svojih knjig odstranila DRM zaščito. Tor je »imprint« Macmillana, enega od šestih največjih založnikov, ki izdaja grozljivke, znanstveno fantastiko in fantazijske romane. V tovrstni odločitvi niso bili prva založba. Tega se je posluževal že »imprint« Carina Press založbe Harlequin, pa tudi ameriški založnik Tim O'Reilly. Za razliko od omenjenih pa je to prvi založnik, ki je sprejel DRM in se naknadno odločil za njegovo opustitev. Tovrstno odločitev so sprejeli, ker so to zahtevali tako njihovi avtorji kot bralci, ki se jim je zdelo nesmiselno, da ne smejo kupljene knjige prenašati z enega bralnika na drugo platformo. Poleg tega tudi sama zaščita ni onemogočila, da se avtorska dela ne bi pričela piratsko širiti po spletu. Amazon je leta 2012 avtorjem, ki so se za to odločili, že dovoljeval, da njihove knjige niso vključevale DRM zaščite, medtem ko Apple in Barnes & Noble tega nista dovoljevala (Brockmeier, 2012). Založba se je s to odločitvijo ukvarjala že od leta 2008 dalje. Takrat je v promocijske namene založba podarila 1,2 milijona starejših knjižnih naslovov z namenom oglaševanja nove spletne strani Tor.com. Ugotovili so, da to ni negativno vplivalo na prodajo starejših naslovov. Ravno nasprotno, prodaja tovrstnih naslovov je bila enako dobra oziroma se je celo v nekaterih primerih izboljšala. Na podlagi tega so prišli do zaključka, da DRM zaščita ni orodje, ki bi pomagalo pri izboljšanju prodaje samih knjig. Junija 2012 so Cory Doctorow, Charles Stross in John Scalzi na BookExpo America v New Yorku podali lastno mnenje glede založnikove odločitve. Doctorow vidi v knjigi z DRM zaščito zgolj tržni produkt in nič več. Poudarja, da DRM ne prepreči, da bi se avtorsko delo širilo na spletu preko piratstva ter da DRM zgolj preprečuje zdravo konkurenco. Stross pravi, da je v samem bistvu nestrinjanja kupcev z DRM zaščito v tem, da imajo, ko kupijo tiskano knjigo, pravico, da lahko z njo počnejo karkoli (jo preberejo, posodijo, prodajo), medtem pa jim DRM tega ne omogoča. Ko je Tor opustil DRM, je e-knjigo približal tiskani knjigi. Stross se strinja, da to ne bo imelo velikega učinka na prodajo velikih knjižnih uspešnic, vendar trdi, da bo to pomagalo dvigniti prodajo žanrskim naslovom. Pravi, da so bralci znanstvene fantastike s stališča količine kupcev v manjšini, vendar »kupijo disproporcionalno število knjig«. Scalzi pa je bil mnenja, da mu bo odstranitev DRM zaščite z njegovih knjig izboljšala odnos z

njegovimi bralci, saj naj bi bili avtorji večkrat podvrženi vprašanjem o formatih njihovih knjig, ker le-ti največkrat ne dopuščajo, da bi bralec prenesel e-knjigo z ene naprave na drugo (Tor Books Announces E-book Store: Doctorow, Scalzi & Stross Talk DRM-Free, 2012).

Založnik je v izjavi za javnost izjavil tudi, da so njihovi bralci med prvimi, ki pridejo v stik z novimi tehnološkimi napravami, so deležni novih bralnih izkušenj in preizkušajo nove formate. To naj bi tudi sovpadalo z naravo samega žanra, ki naj bi potiskal meje in domišljijo. Po enem letu opustitve DRM zaščite, aprila 2013, založnik ni zasledil nobenega porasta piratskih izdaj njihovih naslovov na spletu. Navkljub sami odločitvi pa Tor še vedno brani intelektualno lastnino svojih avtorjev s protipiratskimi ukrepi. Njihovi dve glavni skrbi pa ostajata varstvo avtorskih pravic in teritorialnost njihove prodaje. S to odločitvijo pa so od svojih bralcev in kupcev prejeli podporo, saj so s tem dokazali, da so založba, ki zna prisluhniti svojim bralcem in avtorjem (Crisp, 2013).

Navkljub temu se vsi niso strinjali z odločitvijo založbe. Avgusta 2012 je založba Hachette UK poslala pismo svojim avtorjem, v katerem jih naproša, naj se uprejo politiki založbe Tor, saj naj bi opustitev DRM zaščite otežila varovanje avtorjevih del. Pisec za Forbes, Suw Charman-Anderson, pa je izpostavil, da založba Tor operira s posebno ciljno publiko kupcev, saj so ti, v primerjavi z bralci drugih žanrov, bolj v stiku z avtorji (Geuss, 2013).

Glavni urednik založbe Tor Books Tom Doherty je na International Digital Publishing Forum-u, ki je potekal na Book Expo of America leta 2014, izjavil, da opustitev DRM zaščite ni vplivala na njihovo prodajo. Doherty je podal tudi dodatno obrazložitev glede njihove odločitve. Založništvo je vedno videl kot skupnost, ki podpira svoje avtorje in goji navdušenje do njihovih del. Navedel je primer tovrstnega navdušenja oziroma kako je fantazijska serija *The Wheel of Time* pisatelja Roberta Jordana postala uspešnica. Prvo knjigo iz serije, *The Eye of the World*, so razposlali po knjigarnah po sto izvodov, da so jih brezplačno razdelili med svoje kupce. Prav tako so se tovrstnih taktik posluževali na ljubiteljskih konvencijah, kjer so knjigo podarili obiskovalcem, pri čemer so ti lahko vzeli knjigo še za svoje prijatelje. Doherty vidi v skupnosti ljubiteljev znanstveno-fantastične in fantazijske literature ljudi, ki se pogovarjajo o zgodbah ter se nad njimi navdušujejo. Tovrstne skupnosti pa motivirajo nove generacije avtorjev (npr. Brandon Sanderson, ki se je navduševal nad deli Roberta Jordana). Pisateljica Jo Walton z obiskovanjem ljubiteljskih konvencij s pomočjo knjižne promocije stopa v stik s svojimi bralci in vzpostavlja interakcijo z novimi. S pojavom spleta pa se je del tovrstnih interakcij prenesel tudi na splet. Doherty pa na drugi strani vidi odločitev za DRM kot regresiven korak v napačno smer. Pri tem poda

primer njihove konkurence, Baen publishing, ki med drugim velja tudi za pionirja e-založništva. Baen se ni nikoli posluževal DRM zaščite in mu piratstvo ni nikoli povzročalo težav. Tor Books prav tako po dveh letih brez DRM zaščite ni opazil povečanja prisotnosti piratskih knjig na spletu ali pa dejstva, da bi jim zaradi tega padla prodaja knjig (Lough, 2014). Doherty še dodaja, da je primer dobrega založništva ustvarjanje skupnosti. Ta pa ne sestoji zgolj iz založnikov in knjigarnarjev, temveč tudi iz knjižničarjev, avtorjev, bralcev, učiteljev, ljubiteljev in kritikov (Albanese, 2014).

3.5 RAZŠIRJENOST UPORABE LICENC CC

20. novembra 2014 je CC izdal poročilo State of the Commons, v katerem je predstavil razširjenost, učinke in uspeh prosto dostopne vsebine na spletu ter razširjenost CC licenc (State of the Commons, 2014). Podatki, pridobljeni v poročilu, so bili zbrani od 1. januarja do 30. septembra 2014 (State of the Commons: Notes and additional resources, 2014). Pri zbiranju podatkov jim je pomagal Google, pri čemer je preštel strani, ki imajo povezavo do povzetka CC licence. Med zadetki so se našle tudi povezave do strani, na katerih se je nahajal zgolj povzetek licence, brez dela ali celotnega pravnega besedila licence. CC je pri tem utemeljeval, da so bile tovrstne strani v manjšini. Poleg Googlovih podatkov je CC zraven dodal še spletne platforme, na katerih uporabniki objavljajo svoja avtorska dela s pomočjo CC licenc. Te platforme ne najdemo med podatki, ki jih je priskrbel Google. Zaradi same narave licenc, kjer lahko gradimo na delu drugih avtorjev, so si avtorji raziskave zastavili tudi vprašanje, kje določiti mejo med dvema deloma, oziroma ali bi potemtakem morali šteti vse predelave enega dela ali zgolj enega (Report, 2014).

Na podlagi Googlovih podatkov se veljavnih pravnih orodij CC poslužuje 295 milijonov del. Temu lahko dodamo še 6 milijonov avtorskih del, katerim so bila podeljena pravna orodja CC, vendar danes niso več na voljo. Tem lahko dodamo še dela na spletnih platformah, katerih uporabniki se poslužujejo CC licence: Flickr (307 milijonov), Wikipedia v vseh njenih jezikovnih različicah (111 milijonov), Scribd (50 milijonov), MusicBrainz (39 milijonov), Freebase (39 milijonov), deviantART (15 milijonov), Geonames (10 milijonov) in YouTube (10 milijonov) (State of the Commons: Notes and additional resources, 2014).

Leta 2014 je bilo tako na spletu več kot 882 milijonov del z licenco CC. Če primerjamo s prejšnjimi popisi, je bilo leta 2006 okrog 50 milijonov licenc, leta 2010 pa okrog 400 milijonov licenc. 56 % vsebin je na voljo s pravnimi orodji, ki jih uvrščamo pod licence svobodne kulture. 76 % jih dovoljuje predelavo njihovih del, medtem ko jih 58 %

dovoljuje komercialno uporabo njihovih del. V primerjavi z letom 2010 je bilo pod licencami svobodne kulture registriranih 40 % del. Povečan odstotek govori o tem, da se je razširila njihova namembnost, kot tudi, da so ustvarjalci del odkrili prednosti svobodne delitev njihovih del. V letu 2015 se pričakuje, da bo število del, katerim je bila podeljena CC licenca, naraslo na milijardo. Licence so najbolj razširjene v Severni Ameriki (37 %). Sledi ji Evropa (34 %), Azija s Pacifikom (16 %), Južna Amerika (10 %), države arabskega sveta – sem štejemo sever Afrike in Arabski polotok (2 %) in preostali del Afrike (1 %). Dnevno se tovrstnih del poslužuje več kot 27 milijonov uporabnikov. Ugotavljajo pa, da je številka še večja. Do števila uporabnikov so prišli s pomočjo gumba ikone licence, ki služi kot povzetek licence, in se ga nekateri avtorji poslužujejo kot hiperpovezave (hotlink) do gumba z uradne spletne strani Creative Commons. Avtorji so se najbolj posluževali licence Priznanje avtorstva – Deljenje pod enakimi pogoji (CC BY – SA), in sicer v 33 %. Sledijo ji licence Priznanje avtorstva – Nekomercialno – Brez predelav (CC BY – NC – ND), in sicer v 22 %, Priznanje avtorstva (CC BY) v 19 %, Priznanje avtorstva – Nekomercialno – Deljenje pod enakimi pogoji (CC BY – NC – SA) v 16%, Priznanje avtorstva – Nekomercialno (CC BY – NC) v 4 %, Public Domain (CC0) v 4 % in licenca Priznanje avtorstva – Brez predelav (CC BY-ND) v 2 %. Licence se poslužujejo tudi različne organizacije. Hewlett Foundation je sprejel politiko, da morajo vsi, ki prejmejo sredstva preko njihovega razpisa in proizvedejo neko vsebino, to registrirati z licenco Priznanje avtorstva (CC BY) 4.0, razen če obstaja dobra utemeljitev za uporabo drugačne licence. Leta 2013 je UNESCO sprejel odločitev, da bodo vse njihove publikacije izdane pod licenco Priznanje avtorstva – Deljenje pod enakimi pogoji (CC BY – SA). Trade Adjustment Assistance Community College and Career Training initiative (TAACCCT) upravlja US Department of Labor. Projekt je vreden dve milijardi dolarjev in je namenjen javnim višješolskim ustanovam (community colleges), da opremi študente z veščinami, potrebnimi za pridobitev zaposlitve. Vse gradivo je izdano pod licenco Priznanje avtorstva (CC BY). Poleg Združenih držav Amerike so se za brezplačno dostopne vsebine na področju odprtega izobraževanja odločile še Velika Britanija s Škotsko, Nizozemska, Argentina, Mauritius, Indonezija, Južnoafriška republika (South Africa), Avstralija, Nova Zelandija, Indija, Kitajska, Poljska in Slovenija. Vse našteje države so se zavezale, da bodo gradiva ponudili pod licenco Priznanje avtorstva (CC BY) (Report, 2014).

International Association of Scientific, Technical, & Medical Publishers (STM) je leta 2014 predstavila svojo verzijo odprtih licenc. CC je skupaj še z 57 drugimi organizacijami priporočila članom STM, da se raje poslužujejo licenc CC z namenom interoperabilnosti. Pogled CC je, da lahko uporabniki z enimi samim naborom licenc lažje

kombinirajo različna dela iz različnih virov. V kombinaciji z drugimi odprtimi licencami pa te niso več kompatibilne (Report, 2014).

3.5.1 Brezplačna enciklopedija Wikipedija

Avtor koncepta Wikipedije je Jimmy Wales. Njegov namen je bil oblikovanje spletne enciklopedije, ki bi bila dostopna vsakomur. Ustvarjali je ne bi le plačani strokovnjaki in uredniki, temveč tudi običajni ljudje – se pravi vsak, ki bi želel sodelovati. Wales je poleg nekaj začetnih gesel pripravil še programsko aplikacijo, poimenovano Wiki, s katero imajo obiskovalci strani možnost, da uredijo, izbrišejo ali dodajo svoja gesla k že obstoječim. Prostovoljni skrbniki pa gesla potrjujejo in spremljajo njihov razvoj. Enciklopedija je že od samega pričetka na ta račun sprožala polemike, saj so do tedaj enciklopedije nastajale v drugačnih okoljih. Do osemnajstega stoletja je tradicija velevala, da naj bi bilo zbiranje veljavnega znanja delo učenih. Konec osemnajstega stoletja je del pripadnikov škotskega razsvetljenstva pričel uporabljati industrijska načela znanstvenega menedžmenta. To se je v praksi odrazilo tako, da so se pri pisanju akademskih gesel zbrale skupine strokovnjakov pod vodstvom glavnega urednika. S pojavom Wikipedije pa se je pojavil nov model, ki ga imenujemo odprt kolektiv. Od njenega nastanka leta 2001 in do leta 2005 je postala največja enciklopedija na svetu. Do 2006 je imela več kot 2 milijona gesel v angleščini, ki jih je sestavilo 75.000 sodelujočih. Če bi temu prišteli še gesla v 100 drugih jezikih, je bilo teh leta 2005 skupno 5,3 milijona. Prednost Wikipedije v primerjavi s tiskanimi enciklopedijami je v tem, da jih večina zastari že, ko pridejo iz tiskarne, medtem ko je posodobitev zastarelih gesel na Wikipediji enostavna. V primerjavi z enciklopedijo v knjižni obliki nima omejitev glede števila gesel in zaradi tega pokriva tudi zelo ozka področja. Ena izmed prevladujočih kritik, ki jih Wikipedija prejema, pa je, da gesla niso avtoritativna oziroma točna. Anderson jo opravičuje, da je na mikroravni, kjer jo običajno izkusimo, s stališča gesel, ki jih ustvarjajo uporabniki, negotova in neurejena, medtem ko je na makroravni zelo uspešna. Verjetnostni sistemi, pri tem poudarja, niso popolni. Če pa jih statistično gledano opazujemo dovolj časa in v dovolj velikem številu, pa lahko zanje trdimo, da so odlični in se izboljšujejo z naraščanjem. Majhne nepravilnosti na mikroravni pa naj bi bila cena učinkovitosti na makroravni. Na Wikipediji lahko najdemo tudi več izmišljenih dejstev kot v enciklopediji Britannica, kar pa ne pomeni, da je ta nezmotljiva. Leta 2005 so pri znanstvenem časopisu *Nature* opravili raziskavo (pod drobnogled so vzeli dvainštirideset gesel), v kateri so ugotovili, da na Wikipediji najdemo štiri, v Britannici pa tri napake na geslo. Naknadno so

bila gesla na Wikipediji hitro popravljena, na Britannici pa šele ob naslednjem ponatisu. Britannica ne očitajo napačno zapisanih podatkov, temveč izpuste. Veliko kategorij je zastarelih, nekaj slabo raziskanih. Medtem ko se lahko Wikipedija širi in posodablja, pa Britannica zaradi uredniškega postopka mnogih gesel sploh ne vsebuje. Kakovost posameznih gesel na Wikipediji je spremenljiva. Nekatera gesla so zelo akademska in obširna, obstaja pa tudi veliko »škrbin«. To so zelo kratki geselski članki. Priljubljena gesla so izredno odporna na vandalizem in ideološke boje. Podjetje IBM je opravilo raziskavo, pri kateri so ugotovili, da je povprečen čas za popravilo tovrstnih gesel manj kot štiri minute. Za to skrbijo upravitelji, ki so se poimenovali Pro-Am. Anderson pri tem zaključuje, da je »Wikipedija odskočna deska za raziskovanje neke teme, nima pa zadnje besede« (Anderson, 2009, str. 211).

Vsi teksti, ki so bili objavljeni pred 15. junijem 2009, so bili registrirani pod GNU Free Documentation License (GFDL). S tem dnem je bila celotna Wikipedia registrirana pod licenco Priznanje avtorstva – Deljenje pod enakimi pogoji 3.0 (CC BY – SA). Licenca je vidna v nogi strani, zgodovini strani in na strani, kjer poteka diskusija o samem zapisu. To pomeni, da je lahko vsebina Wikipedije kopirana, modificirana in razposlana (redistributed), če je kopirana verzija ponujena drugim pod enakimi pogoji skupaj z navedbo avtorstva (Wikipedia:Copyrights, 2015). Kot je že bilo navedeno v poglavju o razširjenosti licenc CC, jih je bilo do leta 2014 Wikipediji in vseh njenih jezikovnih različicah podeljenih 111 milijonov.

4 TRŽENJE KNJIG V 21. STOLETJU

4.1 OGLAŠEVANJE KNJIG

Claire Squires v knjigi *Trženje literature* (2009) navaja angleško pisateljico Catherine Feeny, ki je leta 2000 v prilogi časnika *Independent* opisala takratno stanje na področju oglaševanja v založništvu, da je po mnenju založnikov najbolj učinkovita vrsta oglaševanja za manj poznane avtorje širjenje od ust do ust. Zaradi tega za tovrstne avtorje založbe tudi ne zapravljajo denarja za promocijo (oglasi, predstavitve ob izidu). Namesto tega se potrudijo zgolj pri manjšem odstotku vodilnih pisateljev in se morajo zaradi tega manjši avtorji posluževati samopromocije. Squires zagovarja tezo, da je proces trženja istočasno tudi proces prepoznavanja, saj ta vključuje vse oblike predstavljanja: opredeljevanje, merjenje, določanje in odločanje (Squires, 2010).

Squires se sklicuje na knjigo *How to Market Books : The Essential Guide to Maximizing Profit and Exploiting All Channels to Market* (2008) avtorice Alison Baverstock, ki gleda na medije kot na brezplačno oglaševanje. Pri tem pa reklamni oddelki založb preučujejo javno mnenje in iniciirajo razprave med ljudmi, ki se nato širijo od ust do ust – s tem pa želijo vplivati na večjo prodajo. So pa uredniki revij, Erica Wagner pri *The Times* in Robert McCrum pri *Observer*, skeptični, v kolikšni meri dejansko dobra ocena knjige poveča prodajo. McCrum je prepričan, da se knjige zelo dobro prodajajo, če se o njih širi beseda od ust do ust. Chris Fill v *Marketing Communication* pa razlaga, da se morajo organizacije osredotočiti na posameznike, mnenjske vodje, ki podajajo priporočila, da se vest o njih lahko širi od ust do ust (Squires, 2010).

Rugelj v knjigi *Zgubljeno v prodaji* (2005) razlaga, da si založniška industrija v Sloveniji le poredko privošči večje promocijske akcije, saj obstaja velika verjetnost, da bodo zaradi drugih oglasov v medijih spregledane. Oglaševanje je tako predvsem omejeno na recenzentske knjige in gostovanja pisateljev v obliki promocijskih branj (npr. Beremo z Manco Košir) (Blatnik et al., 2005). Celostranski oglas v slovenskem mesečniku je bil leta 2009 enakovreden tisku celotne naklade subvencionirane knjige. Tovrstnega oglaševanja je v Sloveniji malo in se ga založniki poslužujejo zgolj za knjige, ki so namenjene širši publiki in imajo večjo maloprodajno ceno (slovarji, leksikoni, enciklopedije). Veliko je na področju oglaševanja knjig naredila revija *Bukla*. Leta 2010 je v nakladi izšlo 30.000 brezplačnih izvodov. Do leta 2015 pa je naklada padla na 25.000 izvodov. Založnikom ponuja tudi oglaševanje, ki je cenejše od medijev s primerljivo naklado. Navkljub temu v *Bukli* od leta

2005–2009 ni bilo opaziti knjig neprofitnih in programsko financiranih založb, čeprav je del njihovih sredstev namenjen oglaševanju. Med tovrstne založbe štejemo Studia Humanitatis, /*cf, Krtina, Sophia, Aristej, LUD Literatura, Center za slovensko književnost, Nova revija, Sodobnost in Apokalipsa. V tem obdobju se te založbe prav tako niso posluževale knjižnih katalogov, prospektov, propagandnih pisem in plakatov. Naslovnice so minimalistične in ne omogočajo razlikovanja med posameznimi knjigami, s čimer zanemarjajo potencialni tržni učinek, ki ga ima lahko naslovnica za prepoznavnost knjižnega naslova. Njihove spletne strani so bile nezadovoljivo izdelane. Prav tako se niso posluževali elektronskega obveščanja strank o prihajajočih knjižnih naslovih. Edina promocija, ki so jih knjige tovrstnih založb prejele, so bile medijske recenzije (Rugelj, 2010).

Mediji se od leta 2000 dalje v znak nasprotovanja prostovoljni promociji pisanja recenzij v zameno za recenzentske kopije, ki jih novinarji prejmejo na tiskovnih konferencah, zatekajo k metodam, ki zmanjšujejo oglaševalski učinek medijskih recenzij: že iz samega naslova članka je težko razvidno, da gre za recenzijo; v recenziji ne objavijo naslovnice, temveč tekstu dodajo fotografijo avtorja ali sliko, ki se vsebinsko navezuje na knjigo – včasih celo tega ne. Naslovnice v recenzijah pa se še vedno poslužujejo *Vikend*, *Bukla* in *Mladina*. Najbolj uspešne rezultate med medijskimi recenzijami pa še vedno dosegajo intervjuji (Rugelj, 2010).

Založbe v Sloveniji se poslužujejo tudi medijskih kompenzacij. To pomeni, da založba del svoje naklade v zameno za oglaševanje knjige podari mediju. S tem se založba znebi deleža knjig, katerega založnik ne bi mogel prodati in bi na koncu v vsakem primeru romal v razrez. Mediji pa si s tem zagotovijo produkte, ki jih svojim kupcem podarijo preko nagradne igre, s čimer pospešujejo prodajo svojega medija. Znan tovrsten primer je iz leta 2007, ko sta tako sodelovala Učila International in revija *Cosmopolitan*. Založbe oglašujejo tudi v lastnih revijah in prilogah, ki jih dodajo časopisom. V primeru, da je založba tudi knjigotržec, pa ima narejeno bazo svojih kupcev, ki jim pošilja e-maile o knjižnih novostih (Rugelj, 2010).

Leta 2009 je Ministrstvo za kulturo financiralo raziskavo o kulturnih vsebinah v medijih. Ugotovili so, da se je pojavljanje knjig v medijih od leta 1993 do 2008 zmanjšalo za 40 %. V tem času se je število izdanih knjižnih naslovov podvojilo (povečalo za več kot dvakrat). Prispevki o knjigah pa poročajo o tiskovnih konferencah, ki zgolj povzamejo osnovne informacije ali pa gre za povzemanje uradno objavljenih tiskovnih informacij (Rugelj, 2010).

4.2 EKONOMIJA UGLEDA – DOLGI REP IN CREATIVE COMMONS

Teorijo dolgega repa je razvil Chris Anderson in jo utemeljil v knjigi *Dolgi rep* (2006). V njej razlaga, da se ekonomija in kultura zmeraj manj osredotočata na majhno število uspešnic v glavi krivulje povpraševanja. Namesto tega se bolj osredotočata na niše v repu krivulje. Razlog, da so dobrine in storitve, namenjene nišam, enako ekonomsko privlačne kot tiste v glavi krivulje, namenjene množicam, je v tem, da živimo v dobi brez omejitev fizičnih prodajnih polic in drugih ozkih grl distribucije – se pravi, da je dostop do tovrstnih niš cenejši. Anderson pri tem opozarja, da dolžine repa ne določajo zgolj raznoliki izdelki, temveč tudi ljudje, ki se za njih zanimajo – torej mora povpraševanje slediti ponudbi. V nasprotnem primeru lahko opazimo, da bo rep, in z njim niše, oslabel. Do pravega povpraševanja pa pride, ko je kupcu na voljo neomejena izbira (Anderson, 2009).

Danes lahko na računalniku, tablici ali pametnem telefonu vsak napiše knjigo, kar lahko poimenujemo tudi demokratizacija produkcijskih orodij. To pomeni, da se število ustvarjalcev in količina vsebine širi hitreje kot kdajkoli prej – to pa vpliva na velikost repa, saj se zaradi števila izdelkov ta veča. S tem tudi govorimo, da so se produkcijski stroški zmanjšali. S pojavom interneta smo priča tudi pojavu, ki ga poimenujemo demokratizacija distribucije. Zmanjšali so se distribucijski stroški vsebin, s čimer tudi lažje dosežemo več ljudi. S tem pa povečamo likvidnost trga v repu – to pa vodi v večanje prodaje, zaradi česar se poveča ploščina pod krivuljo. Tretji dejavnik, ki potrošnikom pomaga pri izbiri izdelkov, je povezovanje ponudbe s povpraševanjem. Ti si pomagajo s pomočjo spletnih iskalnikov, seznamov priporočil spletnih dnevnikov, lestvicami najbolj prodajanih knjig za neko določeno obdobje, spletnih strani, kot so Goodreads, priporočil na spletnih forumih in družbenih omrežij ter priporočil, ki se širijo od ust do ust. Vse naštetu deluje kot neke vrste filtri za lažje odločanje potrošnikov ter zmanjševanje »stroškov iskanja«. Anderson s tem misli na vse, kar nam otežuje, da bi našli tisto, kar si želimo. Med denarne stroške tu štejemo nakup predragih izdelkov, ker nismo uspeli dobiti cenejše alternative. Med nedenarne stroške pa lahko uvrstimo »zapravljen čas, težave, napačne poti in zmedo« (Anderson, 2009, str. 73). Do dolgega repa ali potenčne krivulje distribucije pride, ko obstajajo raznoliki izdelki, pri čemer so nekateri kakovostnejši od drugih. Učinki mreženja (ugled in širjenje novic od ust do ust) pa pomagajo pri promociji dobrih izdelkov in zaviranju slabih (Anderson, 2009).

Neprofitna organizacija Creative Commons omogoča avtorjem, da s CC licenco svojemu delu, ki je že v osnovi zaščiteno z avtorsko pravico, podeljujejo pravico

prilagodljive uporabe z namenom lažjega širjenja s pomočjo brezplačne distribucije na način od vsakega k vsem (»P2P«), ki spominja na nizkocenovni marketing. Motivi za ustvarjanje v glavi in repu niso enaki. V glavi vladajo izključno poslovni interesi. Stroški produkcije in kanali distribucije so visoki. Ljudem, ki se profesionalno ukvarjajo s tem področjem, delo predstavlja službo. Založbe, založniki in studii kot imetniki branijo svoje avtorske pravice. Na sredini repa, kjer se nahajajo akademski tisk in neodvisne glasbene založbe, je sivo območje. V repu pa so poslovni interesi drugotnega pomena, saj ljudje tu ustvarjajo iz drugačnih razlogov – izražanja, zabave itd. Zaradi demokratizacije digitalnih tehnologij so stroški produkcije in distribucije v repu nizki. Avtorji, ki pričnejo v repu, so pripravljene tvegati več, saj nimajo veliko izgubiti. Ne potrebujejo kapitala, poslovnega načrta ali dovoljenja in lahko pričakujejo le malo komercialnega uspeha. Vse več se jih tudi odreka nekaterim zaščitam avtorskih pravic s pomočjo licenc CC. Chris Anderson temu delu reče ekonomija zgolj zaradi tega, ker mu vlada nekaj enako privlačnega kot denar – ugled. Ugled je enakovreden količini pozornosti, ki jo je nek izdelek pritegnil med ljudmi. To pa nekatere avtorje lahko pripelje do nove službe, naziva, občinstva in drugih ponudb. Glasbeniki novo pridobljeno občinstvo spremenijo v obisk na koncertih. Neodvisni filmski ustvarjalci ga smatrajo kot neke vrste spletni virusni rezime, s pomočjo katerega lahko pridobijo priporočilo za delovno mesto. V znanstvenem založništvu pa nekateri akademiki menijo, da brezplačno preneseni članek s spleta na osebni računalnik pripomore k povečanju občinstva in posledično njihovega vpliva. Anderson to poimenuje tudi darilna ekonomija (Anderson, 2009).

4.3 BREZPLAČNO – NOVI EKONOMSKI MODEL

Pojem brezplačnega je bil v 20. stoletju nekaj, kar je bilo podarjeno ali prodano po zelo nizki ceni z namenom, da prodate nekaj, s čimer na dolgi rok preplačate »brezplačni« artikel. V 21. stoletju pa brezplačno dobi nov pomen. Zaradi sposobnosti zniževanja storitev in stroškov blaga na medmrežju na nično vrednost se je brezplačno iz trženjske metode razvilo v ekonomski model, ki temelji na ekonomiji bitov. Cilj trženjske metode brezplačnega je, da predstavimo izdelek ter vzbudimo občutek moralnega dolga, ki bo potencialnega kupca spodbudil k nakupu izdelka po polni ceni. Anderson navaja več primerov. *New York Times* in *Wall Street Journal* sta se leta 2007 odločila, da s pomočjo hibridnega modela svoje vsebine ponudita brezplačno, v zameno, da bralci njihovih časnikov novice širijo po blogih in družbenem omrežju. Glasbeniki na medmrežju brezplačno

ponujajo svojo glasbo z namenom, da bodo pridobili več občudovalcev, ki bodo množično zahajali na njihove koncerte in nekateri celo plačali za obogatene različice njihove glasbe (Anderson, 2011).

Z brezplačnimi vsebinami so na spletu eksperimentirali tudi pisci in nekaj založnikov. Največkrat gre za brezplačna poglavja, ki si jih preberemo na spletu ali pa prenesemo v PDF datoteki. Namen je, da bi bralce tovrstnih poglavij spodbudili k nakupu knjige. Namen nekaterih brezplačnih strokovnih knjig, predvsem s področja poslovanja, je, da so pravzaprav namenjena trženju svetovalnih nastopov z visokimi mejnimi stroški. Evropski časopisi z namenom povečanja prodaje svojim izdajam dodajo brezplačne žepne knjige. Pisci in založniki ponujajo brezplačne recenzentske kopije svojih knjig blogerjem, ker se nadejajo širjenja vedenja o njihovem delu od ust do ust. Eden izmed razlogov, da se avtorji zatekajo k brezplačnemu, je tudi v tem, da iz časopisov izginjajo rubrike z ocenami knjig. Avtorji pa pri tem naredijo vse, da bi si pridobili občinstvo. Založnik Tim O'Reilly pa pravi, da »sovražnik ni piratstvo, temveč anonimnost« (Anderson, 2011, str. 159). Če vzorec opravi svoje delo in prepriča bralca, bodo ti kupili knjigo tudi v tiskani obliki (Anderson, 2011).

Če pogledamo na brezplačno kot na piratstvo, Chris Anderson pravi, da piratsko blago »doseže populacije, ki si ne morejo privoščiti izvirnika ali ga tudi sicer ne bi kupile« (Anderson 2011, str. 71). Anderson nadaljuje o naravi same tatvine, ki je zagrešena skozi piratstvo, saj je težko določiti škodo, ki je storjena zakonitemu lastniku. Razlaga, da ob digitalni obliki izdaje glasbenega albuma ali e-knjige in so to vsebino piratizirali, s tem zakonitemu lastniku niso vzeli ničesar, temveč so to vsebino zgolj reproducirali. »To pa je pomembna razlika, katere posledica je, da ne utrpite izgube, temveč manjši dobiček. Stroški so tu v najboljšem primeru oportunitetni stroški prodaje, ki ni bila ustvarjena zato, ker je izvirnik na trgu tekmoval s piratsko različico.« (Anderson, 2011, str. 71) Ameriški založnik Tim O'Reilly je v eseju *Piracy is Progressive Taxation* zapisal, da je danes »biti dovolj poznan, da te piratizirajo, največji dosežek«. Doctorow, avtor prvega leposlovnega dela, izdanega pod licenco Creative Commons, pa dodaja, da bi »raje zastavil svojo prihodnost na literaturi, za katero je ljudem dovolj mar, da jo ukradejo, kakor da namenim življenje formi, ki nima doma v dominantnem mediju tega stoletja« (Giving It Away, 2006). V raziskavi, ki sledi, sem preučil, kakšne učinke ima brezplačna knjiga na spletu na promocijo in prodajo.

4.3.1 Brezplačna knjiga kot založniška promocijska akcija

Predstavljeni bodo avtorji s svojimi literarnimi deli, ki so sodelovali v založniških promocijskih akcijah, kjer so bile knjige bralcem na spletu prosto dostopne. Predstavljeni primeri, ki sledijo, imajo s primeri avtorjev literarnih del, ki se poslužujejo licenc CC, skupno to, da so oboji dali brezplačno knjigo na splet z namenom promocije knjižnega naslova kot tudi avtorja samega. Primeri pa bodo služili tudi kot opora pri analizi rezultatov raziskave.

4.3.1.1 Feri Lainšček: Facebook

Slovenski pisatelj Feri Lainšček se je odločil na Facebooku javno objavljati poglavja svojega nastajajočega romana v nadaljevanjih z naslovom *Strah za metulje v nevihti*, in sicer mesece pred njegovo literarno objavo. Prvo poglavje je bilo objavljeno 6. julija, do 23. septembra 2014 pa je bilo izdanih 35 poglavij – to je dve tretjini romana (*Strah za metulje v nevihti, roman v nadaljevanjih*, 2015). V tem času je nastajanje romana spremljalo 1614 bralcev. Iz Ljubljane je sledilo 451, iz tujine pa 32 ljudi. Od tega je bil delež bralk 82%. Bralci so po večini podajali mnenja in opisovali svoja doživljanja. Sugestij in pripomb, namenjenih avtorju, je bilo manj (STA, 2014). Roman je izšel pri Beletrini v tiskani izdaji in e-obliki 17. novembra 2014. Zadnja tretjina romana pa je na Facebooku pričela izhajati 18. novembra 2014. Prva izdaja romana je bila razprodana januarja 2015, medtem ko je bralcem na Facebooku literarno delo dostopno v celoti (Lainšček, 2014). To ni bilo prvo Lainščekovo raziskovanje ustvarjalnosti, ki ga ponuja spletno okolje. Med leti 2006 in 2007 je na spletu izhajal kolektivni spletni roman v nadaljevanjih *e-junak našega časa*, pri katerem je poleg Lainščeka sodeloval tudi Iztok Majhenič, pa tudi bralci nastajajočega romana (Lainšček in Majhenič, 2007). Lainšček je Facebook pred tem že uporabil kot literarno orodje pri nastajanju romana v verzih *Sprehajališča za vračanje*. Družbenih omrežij na spletu se poslužuje, saj si s pomočjo interakcije s svojimi bralci želi odzivov, ki bi lahko pozitivno vplivali na končno podobo njegovega dela (Feri Lainšček svoj novi roman "razdaja" po Facebooku, 2014).

Lainšček verjame, da lahko literarno vredno in izpovedno prepričljivo umetniško delo preživi v prav vseh socialnih kontekstih in bo s tem sprejeto v tradicionalnem literarno-zgodovinskem kontekstu. Pri načrtovanju objave na Facebooku sta Lainšček in urednik Beletrine Mitja Čander izhajala iz tradicije časopisnih literarnih podlistkov. Lainšček pa pri

tem razlaga, da je tovrstna objava avtorskega dela zgolj »popularizacija knjige na način, kot so to počeli časopisni literarni feljtoni v prejšnjem stoletju« (Lainšček, 2014). Za Lainščka je šlo pri romanu za eksperimentiranje s samim medijem. Ne verjame, da bo svetovni splet povzročil konec literarnega izražanja ali knjige kot take. Zanj je zgodba bistvenega pomena, saj je »vse ostalo zgolj forma, medij, v katerem se ta pojavlja. [...] S pomočjo elektronskih medijev lahko zgodbe potujejo bolj učinkovito. [...] Zgodbe se niso pričele širiti z izumom Gutenbergovega tiskalnega stroja, prav tako kot tudi ne bodo izginile, ko se bo knjiga poslovila iz našega vsakdana« (Radosavljevic, 2014).

Lainščkovo izdajanje romana po poglavjih spominja na pisanje romana *Warbreaker* Brandona Sandersona iz leta 2006. Podobnega udejstvovanje se je lotila tudi pisateljica Silvia Hartmann. Septembra 2012 je začela na spletu s pomočjo Google Drivea pisati fantazijski roman *The Dragon Lords (Gospodarji zmajev)*. Podobno kot Lainšček je tudi Silvia Hartmann veliko oglaševala svoj projekt, ki ga je poimenovala »Razgaljena pisateljica«. K njemu je pritegnila več kot trinajst tisoč ljudi. Ti so komentirali njeno napredovanje na spletu. Zadnje poglavje je spisala v živo na konferenci. Roman je izšel kasneje še v tiskani obliki in kot e-knjiga. Roderick Cave in Sara Ayad v knjigi *Zgodovina knjige skozi knjige* (2014) navajata, da gre morda za prvi primer leposlovja, ki je nastal z množičnem sodelovanjem (Cave 2015, 244). Koliko ljudi je sodelovalo pri pisanju roman *Warbreaker* (2006) in Lainščkovega romana v nadaljevanjih *e-junak našega časa* (2006), ni znano. Sta pa Silvio Hartmann oba avtorja prehitela za šest let.

4.3.1.2 Neil Gaiman: The Browse Inside Full Access

Februarja 2008 se je ameriški založnik Harper Collins odločil za promocijsko akcijo The Browse Inside Full Access, pri kateri so na svoj spletni portal za čas enega meseca postavili šest brezplačnih knjig različnih avtorjev. Namen eksperimenta je bil, da se preveri učinek tovrstne izpostavljenosti na prodajo tiskane knjige v knjigarnah (HarperCollins publishers promotion to make select books available online for free, 2008).

Harper Collins si je zamislil platformo Browse Inside kot način za doseg novega občinstva na spletu in povečanja prodaje obstoječih naslovov založbe. Založba vidi prednost v tovrstni promociji, saj lahko varno in hitro ureja vsebino; promovira knjigo, še preden ta pride v redno prodajo, ter obuja starejše knjižne naslove (backlist titles) z večjo dodatno vrednostjo. Založba verjame, da je naloga imetnika pravic, da razvija orodja, ki omogočajo

lažjo in boljšo promocijo avtorjev spletnih skupnosti (HarperCollins publishers promotion to make select books available online for free, 2008).

V primeru pisatelja Neila Gaimana so knjižni naslov izbrali njegovi zvesti bralci preko spletne ankete. Gaiman jih je na svoji spletni strani nagovoril, naj ne izberejo njihove najljubše knjige, temveč tisto, katero bi sami podarili njihovim prijateljem, ki od njega niso prebrali še nobene knjige. Izbran je bil naslov *Ameriški bogovi* (Gaiman, 2008). Gaiman si je s tem nakopal nekaj negativnih odzivov s strani drugih pisateljev in neodvisnih knjigarnarjev. Argument je bil, da naj bi avtor s tem literarnemu delu zbil njegovo ceno, s čimer pa se Gaiman ni strinjal. Verjame, da je za knjigo najboljša promocija tista, ki jo bralci širijo od ust do ust v obliki priporočil. S tega stališča je na njegovi spletni strani možno najti brezplačne kratke zgodbe, eseje in povezave do avdio knjig (Gaiman, 2008).

Zanj je bolj pomembno vprašanje, kako pridobiti nove bralce. Po njegovem mnenju se bralci z novimi avtorji srečujejo v knjižnici, na knjižnih policah pri znancih in prek priporočil od prijateljev, s katerimi si delijo podoben bralski okus. Sam ne vidi problema v tem, da knjigo ponudi brezplačno oziroma da zanjo nihče ne plača. Problem vidi v tem, da ljudje ne berejo več knjig oziroma ne berejo več rekreativno tako, kot so včasih (Lea, 2008). Knjiga *Ameriški bogovi* je privabila 85.000 obiskovalcev, prelistanih je bilo 3.827.306 strani, kar je povprečno 45 strani na obiskovalca. Bralci so povprečno porabili 15 minut za branje knjige. Poleg knjige je bila na platformi tudi povezava za nakup knjige. Te se je poslužilo 1177 posameznikov. Tedensko se je prodaja v neodvisnih knjigarnah povečala za 250 % (Deahl, 2008).

Po Bookscanovih poročilih za neodvisne knjigarne so zasledili tudi povečano prodajo vseh ostalih Gaimanovih knjižnih naslovov za 40 % v času promocije. Po promociji se je prodaja knjige vrnila na stanje pred njo. Razlog, da so bili na razpolago zgolj podatki o prodaji v neodvisnih knjigarnah, je ta, da so v istem obdobju verižne knjigarne imele posebne promocije avtorja in zato rezultati od prodaje niso bili reprezentativni. Po izsledkih spletne ankete, ki je bila objavljena po promociji na avtorjevem blogu, na katero se je odzvalo okrog tisoč ljudi, je velika večina zatrdila, da so pred tem prebrali vsaj eno od pisateljevih knjig. 20 % anketirancev še ni prebralo knjige *Ameriški bogovi*. 41 % jih je zatrdilo, da je bila to za njih prva izkušnja branja v e-formatu. 44 % bralcev se je to zdela prijetna izkušnja. 56 % jih je izrazilo nezadovoljstvo. Glavni pripombi sta bili, da si moral imeti vzpostavljeno internetno povezavo, da si lahko bral knjigo, ter da so se strani v knjigi prepočasi nalagale. 69 % si jih je želelo, da bi lahko knjigo sneli z interneta. Kar nekaj ljudi se je pritoževalo, ker ni bilo mogoče označiti, do katere strani so prišli, zato so se med branjem večkrat

izgubili. Od 44 % vprašanih, ki jim je bila vseč sama izkušnja, jih je 9 % prebralo celotno knjigo, 30 % pa jih je dejalo, da bi to orodje uporabili, da bi z njim prebrali celotno knjigo (Gaiman, 2008). Zaradi uspešnosti promocijske akcije sta se založnik in Gaiman odločila, da poizkus ponovita septembra 2008 z romanom *Neverwhere*. V tem času so platformo že izboljšali, kar je botrovalo k hitrejšemu nalaganju strani. Omogočeno je tudi bilo, da si bralci brezplačno snamejo knjigo za Adobe Digital Editions z življenjsko dobo 30 dni (Gaiman, 2008). Gaiman je sam poskrbel za zvočno izdajo njegove naslednje knjige za otroke *Pokopališka knjiga*, ki je izšla brezplačno po poglavjih. Knjiga je prav tako postala prodajna uspešnica (Anderson, 2011).

Za Neila Gaimana to ni bila prva izkušnja tovrstne promocije. Od leta 1989 dalje je za stripovskega založnika DC Comics pisal strip *Sandman*. Zaradi dobrih odzivov se je založnik odločil za dodatno promocijo stripa. Osmo številka je bila natisnjena v večjem številu, vsaki specializirani trgovini, ki se je ukvarjala s prodajo stripov, pa so brezplačno poslali za 25 % večjo količino, kolikor jih je bilo naročenih. Rečeno jim je bilo, da lahko z njimi počno, kar hočejo. Nekatere trgovine so jih prodajale. Druge pa so jih brezplačno delile med bralci. Nekatere od njih so celo zaprosile DC za še več brezplačnih stripov. Čez leto kasneje se je pokazalo, da so trgovine, ki so svojim kupcem ponujale brezplačno številko, lažje prodale zbirko zgodb o *Sandmanu* v mehki izdaji (trade paperback – TPB) ter kasneje v trdi vezavi (Gaiman, 2008).

4.3.1.3 Eric Flint, David Drake: Baen Free Library

Baen Free Library je digitalna knjižnica znanstveno-fantastične in fantazijske literature založbe Baen Books. Ustanovila sta jo leta 1999 pisatelj Eric Flint in založnik Jim Baen z namenom, da preverita, kakšne posledice ima brezplačna knjiga na spletu v povezavi s prodajo tiskane izdaje v knjigarnah. Mnenje ustanoviteljev knjižnice je bilo v tem, da bi v teoriji na tovrsten način avtor pridobil večjo razpoznavnost in posledično večjo prodajo njegovih del. Flint je mnenja, da je ena ključnih težav, s katero se soočajo avtorji, nerazpoznavnost. Četudi so bralci za njih slišali, se ne odločijo, da kupijo njihove knjige. Namesto tega investirajo v knjige avtorjev, s katerimi so že seznanjeni, in neradi eksperimentirajo z novimi avtorji. Knjige so bile ponujene v formatih Ebookwise, Mobi, EPUB, Microsoft Reader, Sony Digital Reader in RTF. Bile so brez DRM zaščite. V zadnji četrtini leta 2001 so zabeležili 130.000 obiskov, kar je znašalo skoraj 1.500 obiskovalcev na dan. Rezultati eksperimenta so pokazali, da je knjiga, ki je bila brezplačno objavljena v

spletni knjižnici, povečala prodajo v knjigarni. Povečala se je tudi prodaja vseh ostalih avtorjevih naslovov ne glede na založbo, pri kateri so bili izdani (Flint, 2002).

Prva knjiga je bila objavljena v spletni knjižnici jeseni 2000. *Mother of Demons*, knjižni prvenec Erica Flinta, je v tiskani verziji izšel septembra 1997. Do brezplačne objave v digitalni knjižnici je po knjigarnah prodal 9.694 izvodov (pri tem je bil delež naklade 54 %). V letu in pol od takrat do aprila 2002 je bilo prodanih 18.500 izvodov (pri tem je bil delež naklade 65 %), kar je enkrat več kot prej v treh letih prodaje. Drugi naslov istega avtorja, roman *1632*, je izšel v trdi vezavi februarja 2000. Flint je objavil brezplačno verzijo februarja 2001, v istem času je knjiga izšla tudi v mehki vezavi. Do aprila 2002 je bilo v mehki vezavi prodanih 34.000 izvodov (pri tem je bil delež naklade 88 %). Avtor uspeh pripisuje tudi dejstvu, da je v tem času postal kot ustvarjalec bolj poznan (Flint, 2002).

Bolj natančne podatke imamo za knjigo *An Oblique Approach* pisatelja Davida Drakea. Knjiga je prvič izšla v mehki vezavi marca 1998. Knjiga ni bila na voljo v trdi vezavi. V prvem prodajnem obdobju od marca do decembra 1998 je bilo prodanih 30.431 izvodov. To tudi sovпада z dejstvom, da knjižni naslov običajno naredi 80 % celotne prodaje v prvih treh mesecih. Povprečno naj bi se romani v mehki vezavi v tem času prodali v okrog 15.000 izvodih. Od januarja do junija 1999 se je knjiga prodala v dodatnih 5546 izvodih. Po letu dni od izida romana je bilo v tretjem in četrtem obdobju opaziti pričakovan upad prodaje, ki se zgodi v tem času. Od julija do decembra 1999 je bilo prodanih 835 izvodov, od januarja do junija 2000 pa 795 izvodov. Po vseh tržnih pravilih bi moralo število prodanih izvodov po obdobjih upadati, vendar se to ni zgodilo. Od jeseni 2000 dalje je bila knjiga na voljo brezplačno v digitalni knjižnici. Od julija do decembra 2000 se je prodaja povečala na 1161 izvodov, od januarja do junija 2001 pa na 1904 izvodov (Flint, 2002).

Če tako primerjamo prvo polletje za leto 2000 in 2001, vidimo, da se je prodaja v tem času povečala za 239 %. Podoben trend se je pokazal tudi za njeno knjižno nadaljevanje *In the Heart of Darkness*. Knjiga je bila v knjižnico dodana v istem času kot njen literarni predhodnik. Od januarja do junija 2000 je bilo prodanih 1704 izvodov, v istem obdobju naslednje leto pa 1886 izvodov. Pri Baen Books ne verjamejo argumentaciji, da brezplačne knjige na njihovi spletni strani ali njihove piratske verzije, ki krožijo po spletu, na kakršen koli način finančno ogrožajo ustvarjalce (Flint, 2002).

Leta 2002 je založba Baen pričela dodajati nekaterim knjigam v trdi vezavi CD-ROM. Na njih so bili vsi prehodni romani iz določene knjižne serije, druga dela istega pisatelja, dela drugih pisateljev in multimedijske vsebine. Oktobra 2012 je Baen Books obvestil, da bodo iz digitalne knjižnice odstranili nekatere naslove (Hoffelder, 2012).

4.3.2 Piratstvo kot promocija knjižnih naslovov

Obstajajo tudi avtorji, ki trdijo, da imajo zahvaljujoč piratstvu materialne koristi. Sledita primera dveh avtorjev in njuni izkušnji, ki sta ju privedli do tovrstne miselnosti.

4.3.2.1 Paulo Coelho

Paulo Coelho javno, na svojem blogu, spodbuja, naj piratizirajo njegova avtorska dela. Verjame, da če bo nek bralec na spletu naletel na brezplačno knjigo ter mu bo ta všeč, jo bo že naslednji dan kupil, saj, kakor pravi, »ni nič bolj utrujajočega kot branje dolgega besedila na računalniškem zaslonu«. Njegovo tezo utemeljuje s primerom ruske izdaje njegove knjige *Alkimist*. Knjiga je bila v Rusiji izdana leta 1999 v nakladi 3000 izvodov (Coelho, 2012). Leta 1999 je prodal zgolj 1000 izvodov. To je botrovalo dejstvu, da je njegov ruski založnik izgubil zaupanje vanj ter si je moral Coelho poiskati novega. Po naključju je v tem času odkril rusko piratsko verzijo *Alkimista* ter jo objavil na svoji spletni strani. Brez vsakršne dodatne promocije se je do naslednjega leta (2000) prodaja povzpela na 10.000 izvodov, do leta 2001 pa je dosegla 100.000 prodanih izvodov. Do leta 2002 je z več različnimi deli zgolj v Rusiji skupno prodal okrog milijon izvodov (Coelho, 2008). Do leta 2012 se je ta številka povzpela že na 12 milijonov izvodov (Coelho, 2012). Coelho je prepričan, da so zanj brezplačni izvodi njegovih del na spletu pomenili pomembno ločnico (Coelho, 2008). Večkrat, ko se je srečal z bralci v Rusiji, so mu ti zatrdili, da so se prvič srečali z njegovim delom z branjem piratskih izdaj, ki jih je objavil na svoji spletni strani (Coelho, 2012). Od takrat dalje na svojem blogu objavlja povezave do bittorrent strani, ki gostijo piratske izdaje njegovih knjig v različnih jezikih, prav tako kot tudi povezave do piratskih izdaj avdio knjig. Leta 2006 je imel postavljeno celotno podstran, imenovano »The Pirate Coelho«, s povezavo do knjig v več mednarodnih jezikih. Coelho trdi, da je bilo s postavitvijo same strani moč opaziti rast prodaje njegovih knjig (Coelho, 2008). Poleg teh pa dodaja še povezave do Amazona, kjer je knjigo mogoče kupiti (Coelho, 2012). Navkljub temu se njegovi založniki po svetu zavzemajo, da odstranjujejo piratske knjige s spletne strani Pirate Coelho. Coelho pravi, da »založniki vidijo brezplačne e-knjige kot nekaj, kar škoduje prodaji knjige. V resnici pa bi morali premisliti svoj celotni poslovni model« (Coelho, 2008).

4.3.2.2 Neil Gaiman

S pojavom interneta je bil Neil Gaiman kmalu priča piratiziranju svojih avtorskih del. Sprva je imel veliko predsodkov, saj je zmotno verjel, da če ljudem ne preprečiš nelegalnega distribuiranja in širjenja svojih del, izgubiš avtorske pravice. Njegovo mnenje se je spremenilo, ko je opazil zanimivo dogajanje na tujih trgih. Tako kot Coelho je izpostavil primer Rusije, kjer so ga bralci v veliki večini spoznali z branjem piratskih izdaj njegovih knjig. To se je po njegovemu mnenju odrazilo v večji prepoznavnosti njega kot avtorja, njegovih literarnih del ter posledično v večji prodaji njegovih knjig, ko so te doživele uraden izid v Rusiji. Gaiman ne verjame, da piratske kopije škodujejo prodaji njegovih knjig. Na njih gleda kot na posojanje knjig. Verjame, da zelo majhen delež bralcev svojega najljubšega avtorja odkrije v knjigarni, ter verjame, da je najboljši način za spoznavanje avtorjev še vedno na podlagi priporočil ter sposojanja literature od ljudi, s katerimi si delimo podoben bralni okus. Na prosto dostopne knjige na spletu gleda kot na oglaševanje, s katerim si širimo občinstvo, ki drugače ne bi imelo možnosti spoznati avtorja (Gaiman, 2011).

5 RAZISKAVA

Sledi ekstenzivni raziskovalni pristop študije primera, v kateri bom preučil večje število avtorjev leposlovnih del, ki so se odločili za licenco CC. Izpostavljeni bodo motivi za tovrstno odločitev, kakšen učinek je to imelo na razpoznavnost samega avtorja, kako so na podlagi tovrstne samopromocije pridobili na prepoznavnosti, ali se jim je povečala prodaja in, če že, kako jim je prosto dostopno delo na spletu škodovalo.

5.1 ŠTUDIJA PRIMERA

5.1.1 Cory Doctorow – With a Little Help

Cory Doctorow je avtor znanstveno-fantastičnih romanov, aktivist, novinar in blogger. Deloval je kot direktor Electronic Frontier Foundation in je soustanovitelj UK Open Rights Group. Piše kolumne za *New York Times*, *Publishers Weekly* in *Guardian* (Doctorow, 2011). Je tudi sourednik bloga BoingBoing, ki ga je leta 2009 dnevno obiskovalo od tri do štiri milijone spletnih uporabnikov (Doctorow, 2009). BoingBoing je spletni dnevnik, ki poroča o tehnologiji in subkulturah in spada med najbolj priljubljene bloge na svetu (Anderson, 2009).

Doctorowov prvi roman *Down and Out in the Magic Kingdom* je bil izdan 1. februarja 2003 pri založbi Tor Books in velja za prvi roman, izdan pod licenco Creative Commons. 12. februarja 2004 je avtor spremenil licenco na Priznanje avtorstva – Nekomercialno – Deljenje pod enakimi pogoji (CC BY – NC – SA), s katero je bilo omogočeno, da so njegovi uporabniki delali predelave samega dela (*Down and Out in the Magic Kingdom*, 2015). V prvem dnevu si je e-knjigo *Down and Out in the Magic Kingdom* iz avtorjeve spletne strani preneslo 30.000 spletnih uporabnikov. Tem je bilo dovoljeno, da delo še naprej širijo med bralci. Tri leta kasneje, 2006, je knjiga doživela šest ponatisov. Iz uradne strani je bilo prenesenih 700.000 brezplačnih kopij. Posledično je bilo knjigi zaradi narave licenc CC omogočeno, da je bila prevedena v vrsto jezikov. Ljubitelji knjige so poskrbeli za ljubiteljsko verzijo zvočne knjige. Avtor prav tako ni imel stroškov glede spletne distribucije s skorajda milijonom prenesenih knjig. Podeljevanja licenc CC se je kasneje posluževal pri večini svojih del. Brezplačne knjige na spletu so bile na voljo isti dan kot izdaje v tiskani obliki (Doctorow, 2006).

Lawrence Lessig odločitev Doctorowovega založnika glede strategije brezplačne internetne izdaje utemeljuje s tem, da obstajata dve vrsti ljudi. Obstajajo ljudje, ki bodo njegovo knjigo kupili ne glede na to, ali je brezplačno dosegljiva na spletu ali ne. Druga vrsta pa so tisti, ki verjetno nikoli ne bi odkrili avtorjeve knjige, če ta ne bi bila na voljo brezplačno na spletu. Del slednjih si bo knjigo naložil, vendar je ne bo kupil. Del teh pa bo nad knjigo navdušenih, kar bo botrovalo njenemu nakupu. Če bo slednjih več kot prvih, se bo prodaja povečala, kar se je v Doctorowovem primeru dejansko zgodilo. Prva izdaja je pošla mesec prej, kot je založnik pričakoval (Lessig 2005).

Odzivi ljudi na njegovo početje so različni. Skeptiki pravijo, da bi več zaslužil, če se ne bi posluževal licenc CC, medtem ko podporniki licenc pravijo, da bi zaslužil več, če bi knjige izdajal v samozaložbi, namesto da založnikom in knjigarnarjem pušča 90 % deleža od prodanega izvoda knjige. Da bi preveril, katera od zgornjih dveh trditev drži, se je Doctorow leta 2009 odločil za eksperiment – svojo zadnjo zbirko kratkih zgodb, poimenovano *With a Little Help*, je izdal v samozaložbi. Celotno izkušnjo pa je zabeležil v seriji kolumn v reviji *Publishers Weekly*. Doctorow se je na samem začetku zavezal, da na projektu ne bo izgubil nič denarja oziroma da bodo njegovi odhodki kar se le da minimalni. Se pravi, da bo vsak ponujen izvod knjige s stališča njene izdelave stal nič ali pa bo fizično ustvarjen šele, ko bo naročen in plačan. Pri nastajanju knjige si je pomagal, kot je že iz samega naslova razvidno, s pomočjo svojih znancev in prijateljev, ki so zaposleni in delujejo v založniškem svetu. Glede na to, da gre za zbirko kratkih zgodb, ki so pred tem že izšle v različnih revijah, ni imel lektorskih stroškov, saj je bilo vse to že postorjeno. V primeru, če bi se našla še kakšna napaka, ki bi jo izpostavil kateri od njegovih bodočih bralcev, pa bi to osebo omenil v zahvali v naslednji izdaji knjige, pri tisku na zahtevo. Doctorow je pri tem domneval, da bi tovrsten bralec kupil nov izvod knjige že zgolj zaradi tega, ker bi bil omenjen v novi izdaji. Pri tipografiji in oblikovanju knjige mu je pomagal John Berry. Dogovorila sta se, da bo v zameno za opravljeno delo prejel odstotek od neto prodaje knjig. Na voljo so bile štiri različne naslovnice različnih ilustratorjev (Frank Wu, Rudy Rucker, Rick Lieder in Pablo Defendini). Doctorow je sprva razmišljal tudi o tem, da bi ponudil dodatne naslovnice v omejeni izdaji, ki bi se prodajale za teden ali dva po nekoliko višji ceni, a je kasneje to idejo opustil. Za zvočno knjigo je poskrbelo več ljudi, ki se s tovrstno dejavnostjo profesionalno ukvarjajo. Vsi so bili avtorjevi znanci ali prijatelji, ki so delo opravili brezplačno. Mednje štejemo naslednje: Will Wheaton, Mary Robinette Kowal, Leo Laporte, Emily Hurson, Jesse Brown, Spider Robinson, JC Hutchins, Hugh Spencer in Roy Turnbull. Edini, ki je prejel delež od prodaje njegovih CD-jev in DVD-jev, je bil tonski

tehniki John Williams iz studia Wryneck Studios. Zvočni posnetki so bili, tako kot sama knjiga, registrirani z licenco CC. Knjiga je izšla 6. decembra 2010 pri CreateSpace. Brezplačna različica e-knjige je bila na spletu že na dan izida, tako kot pri njegovih ostalih delih. Na voljo je bila v treh formatih: text, HTML in PDF. Prihodki od prodaje knjige *With a Little Help* so se razlikovali glede na formo knjige, v kateri se je ta nahajala, ter spletnega knjigarnarja, ki je tržil delo (Doctorow, 2009).

Broširana izdaja knjige je bila sprva na voljo s tiskom na zahtevo zgolj v spletni knjigarni Lulu, namenjeni samozaložniškim projektom. V prvih šestih tednih prodaje, do januarja 2011, je bilo prodanih zgolj 148 izvodov. Do aprila 2011 pa skupno 182 izvodov. Zaradi slabe prodaje je Doctorow povprašal za mnenje svojega literarnega agenta Russa Galena. Ta mu je obelodanil, da je prodaja antologij in zbirk v primerjavi z romani nepredstavljivo nižja. Po drugi strani pa, glede na to, da gre za naslov, ki je dosegljiv s tiskom na zahtevo, zanj ne veljajo ista pravila kot pri naslovih v knjigarnah, za katere velja, da je višek prodaje v prvih nekaj mesecih – po preteku tega obdobja pa se tovrstna knjiga, če ne doseže zelenega uspeha, umakne iz polic. Tisk na zahtevo v tem primeru pomeni daljše prodajno obdobje, pri čemer lahko prilagajamo strategijo prodaje in njeno promocijo (Doctorow, 2011).

Eden izmed vzrokov slabe prodaje je bila tudi visoka cena knjige pri Lulu. Ta je sprva znašala 18 USD. Ko ji je v nastavitvah podelil popust, je cena padla na 14,40 USD. Tej ceni pa moramo dodati še poštnino, ki je lahko znašala od 5 USD do 20 USD, odvisno od tega, kje se naročnik nahaja. Če primerjamo z Amazonom, so tam broširane izdaje na voljo že za 10 USD, pri tem pa je poštnina že vključena v ceno, če je kupec naročnik storitve Amazon Prime. Po dolgotrajnih dogovarjanjih z Lulu mu je uspelo znižati ceno knjige na 10 USD. Lulu v primerjavi z Amazonom tudi ni imel možnosti, da bi svojim kupcem priporočil knjigo za nakup. Doctorow je verjel, da je izgubil velik delež svojih bralcev, ki uporabljajo izključno Amazon. To ga je privedlo do odločitve, da je ponudil knjigo s tiskom na zahtevo še na Amazonu. Da je lahko istočasno prodajal knjigo s tiskom na zahtevo na Lulu in Amazonu, je moral narediti posebno Amazonovo izdajo, pri kateri je bilo potrebno spremeniti naslovnico in knjigi dodati dodaten tekst. Cena knjige je znašala 12 USD, od tega pa je bila njegova licenčna 2 USD (Doctorow, 2011).

V tem času ni storil ničesar, da bi si zagotovil recenzije v literarnih revijah, saj je verjel, da bo zgolj s Twitterjem, blogom, kolumnami v reviji *Publishers Weekly* in e-poštno listo uspel med bralci doseči dovolj veliko zanimanje, ki bi se po vzoru snežne kepe nadaljevalo naprej. Ugotovil je, da je popularen blog praktičen pri lansiranju avtorskega dela

v samozaložbi, ni pa zadosten za njeno prodajo. Zato je moral navezati stik z bralci, ki prebirajo novice in recenzije v tiskanih medijih ter na njihovih uradnih spletnih straneh. Lulu mu je priskrbel 150 recenzentskih kopij, Patty Garcia, vodja oglaševanja pri založbi Tor, ki izdaja Doctorowove knjige, pa seznam recenzentov. Recenzije niso imele velikega vpliva na prodajo broširanih knjig. Do konca junija 2011 je tako pri Lulu prodal 26 izvodov, na Amazonu pa 54 izvodov. Ker je želel izboljšati prodajo broširanih izdaj s tiskom na zahtevo, je razširil število ponudnikov. Dodal je Melbourne University, ki s tovrstnim tiskom distribuira knjige po Avstraliji in Novi Zelandiji. V prvem mesecu prodaje je tako tam zabeležil pet prodanih izvodov (Doctorow, 2011).

Do oktobra 2011 je bila njegova knjiga s tiskom na zahtevo dosegljiva še v knjigarnah McNally-Jackson (New York), Harvard Bookstore (Cambridge), University of Washington Bookstore (Seattle) in American Book Center (Amsterdam). Na vseh teh petih novih lokacijah je bilo tako od junija do oktobra prodanih 45 izvodov. Od svojih kupcev je tudi izvedel, da jim je vseč izkušnja, da opazujejo, kako je knjiga nastala vpričo njih. Z oktobrom 2011 se je pridružil še Lightning Source, Ingramov »imprint« tiska na zahtevo, saj se ameriške knjižnice po večini poslužujejo tega. Za to odločitev se je med drugim odločil tudi zato, ker je veliko sodeloval z ameriškim knjižnicami: z gostovanji na knjižni turneji ter kot govornik pri American Library Association (ALA). ALA je na svoji spletni strani Booklist tudi naznanila, da je knjiga dosegljiva na Lightning Source. Nekateri knjižničarji so se ponudili, da bodo vest o knjigi razširili preko svojih e-poštnih seznamov (Doctorow, 2011).

Zvočna knjiga je bila slušateljem na voljo brezplačno. Odločal se je, da se s posnetki na spletu približa podcastom na temo znanstvene fantastike in tehnologije, pri katerih je bil reden sodelavec in gost. Pri podcastih na temo znanstvene fantastike je okvirno pričakoval okrog 300.000 poslušalcev (Doctorow, 2009).

Za prodajo zvočne knjige se ni odločil, saj spletni trgovci, ki se ukvarjajo s prodajo tovrstnih knjig, vztrajajo pri DRM-ju. Prihodki od zvočne knjige so tako prihajali s pomočjo donacij preko spletne storitve PayPal. Doctorow pa priznava, da bi se v trenutku odločil za prodajo zvočne knjige preko Audible ali iTunes Store, če ta ne bi imela DRM-ja ali licenčne pogodbe, razen pripisa "ne kršite avtorskih pravic" (Doctorow, 2009). Uspel je prepričati Amazon, Barnes & Noble in Kobo, da njegove e-knjige, vključno z zbirko *With a Little Help*, ponudijo brez DRM-ja ali licenčnih zadržkov, ki bi onemogočali njegovim kupcem, da prenesejo e-knjigo na bralnik njihovih konkurentov. Ni pa imel te sreče z Applom in Sonyjem (Doctorow, 2010).

Knjiga je izšla tudi v luksuzni trdi vezavi za 275 USD. Izdaja naj bi imela največ 250 izvodov. Strani v knjigi je natisnilo podjetje Oldacres, medtem ko je knjigo vezalo družinsko knjigoveško podjetje Wyvern Bindery. Cena tiska enega izvoda knjige pri enkratnem maksimalnem naročilu 20 knjig je znašala 45 USD. Celoten strošek, ki bi vključeval papir, tisk in knjigoveza, bi znašal 85 USD na knjigo. Predvideval je okvirni strošek pošiljke, ki ga je ocenil na 25 USD, pri čemer bi mu od prodaje izvoda ostalo še 165 USD. To bi znašalo pri 250 prodanih izvodih 41.250 USD prihodka. Zaradi tiska zgolj 20 knjig naenkrat pa je tudi omejil izgubo, če se luksuzna izdaja knjige ne bi prodajala (Doctorow, 2010).

Z namenom, da bi bila luksuzna izdaja knjige bodočim kupcem bolj zanimiva, je bila na naslovnici ilustracija ilustratorja Randalla Munroeja, ki je prikazovala karikaturu avtorja, ki se pogosto pojavi v spletnem stripu XKCD. Na naslovnici je tudi žepek, ki ima SD kartico, na kateri je shranjena e-knjiga v treh različnih formatih skupaj z zvočno knjigo. Vsaka knjiga ima tudi unikatno zadnjo stran v knjigi, ki je narejena iz računov, zdravstvenih izvidov, vabil na poroko itd. znanih ameriških pisateljev, ki so jih podarili Doctorowu za njeno unikatno promocijo. Doctorow se je odločil, da svojim bralcem ponudi možnost, da za 10.000 USD naročijo novo zgodbo, ki bo dodana v zbirko poleg že obstoječih zgodb. S tem si je obetal tudi dodatno promocijo in morebiti celo novo razširjeno izdajo same zbirke. Honorar se je zdel avtorju primerljivo visok ter dosegljiv s pomočjo množicanja oziroma crowdsourcinga (Doctorow, 2009).

Tako kot pri nekaterih prejšnjih knjigah je imel avtor tudi pri tej zbirki donacijski program, pri katerem lahko bralci kupijo knjige za šole, knjižnice in podobne inštitucije, ki so v finančnih škripcih. Olga Nunes, koordinatorica za donacije, od tovrstnih inštitucij prejme naslov in preveri verodostojnost prošnje. Naslov inštitucije je objavljen na spletu in na začetku avtorjevih brezplačnih e-knjig. Bralci, ki želijo podariti izvod, knjigo kupijo na spletni strani Lulu, od koder je knjiga s pomočjo tiska na zahtevo poslana na željen naslov. Na seznamu se zabeleži, da je omenjena inštitucija prejela kopijo ter ime darovalca, ki pa lahko po želji ostane tudi anonimen. Na ta način se lahko nekateri bralci zahvalijo za brezplačno e-knjigo. Za to možnost se je Doctorow odločil, ker je imel pozitivne izkušnje s podobnimi donacijami ostalih naslovov svojih del (Doctorow, 2010).

Prejemanja donacij se pred tem ni nikoli posluževal, četudi so ga k temu prigovarjali nekateri goreči podporniki licenc CC (sam jih poimenuje "True Believers"), ki so želeli, da bi Doctorow iz enačbe odrezal svojega založnika in od svojih literarnih del živel zgolj prek donacij svojih bralcev. Doctorow tega ni nikoli želel, saj je v založniku prepoznal zasluge, ki so ga naredile uspešnega in ga zbližale z njegovo ciljno publiko. Program knjižnih donacij

je primarno nastal kot alternativa donacijam. V tem primeru, ko je bil samozaložnik, pa se je odločil, da preveri, kaj so mu ljudje dejansko pripravljeni dati (Doctorow, 2009). Ko je Doctorow poleg svojih brezplačnih knjig dodal gumb za donacije, se je njihovo število povečalo. Povečale so se tudi, ko so v revijah in na spletu (*Wall Street Journal*) izšle knjižne recenzije. Za primerjavo: v dveh mesecih po objavi recenzije je 89 donatorjev skupno namenilo 916,75 USD, v šestih mesecih od knjižne objave do prve recenzije pa je 112 donatorjev prispevalo 1.305,98 USD (Doctorow, 2011).

Povprečni znesek, ki so ga ljudje nakazali, je znašal 10 USD. Doctorow pri tem domneva, »glede na to, da je bila to prvotna cena, ki jo je Amazon želel za svoje knjižne naslove na Kindlu, da so bili donatorji ali podzavestno prepričani, da je to prava cena e-knjige, ali pa je Amazon že od začetka postavil pravo ceno za e-knjigo«. Največja donacija je znašala 100 USD, najmanjša pa 0,82 USD (Doctorow, 2011).

Preden je knjiga izšla, je Doctorow v knjigo vložil 2.256,20 USD. V to štejemo tri naslovnice (1.000 USD), poštnino (200 USD) in skeniranje (627,30 USD) vabil in računov, ki so jih darovali znani pisatelji, studio za snemanje ene od kratkih zgodb (250 USD), nakup pisave po priporočilu stavca (120 USD) ter štiri galeje (testne izvode), za vsako naslovnico eno, ter poštnino zanje (58,90 USD) (Doctorow, 2010).

Na podlagi zadnjega finančnega poročila, ki ga je objavil na svojem blogu Craphound 28. marca 2012, je v prvih šestnajstih mesecih prejel 45.182,64 USD. Odhodki so znašali 26.882,02 USD, pri čemer so produkcijski stroški luksuzne izdaje knjige predstavljali levji delež. Čisti dobiček je znašal 18.300,62 USD. Največji prihodek je bil od prodaje luksuzne izdaje knjige. Ta je znašal 20.073 USD ali 84 izvodov, četudi bi po izračunih to moralo znašati 73 izvodov. Če odštejemo stroške njene izdelave, dobimo 12.045 USD čistega dobička. Pri tem pa je samo v prvih dveh mesecih prodal 61 izvodov. S tiskom na zahtevo je na Lulu zaslužil 863,54 USD, na Ingramu 113 USD in na Amazonu 383,27 USD. Pri Melbourne University, McNally-Jackson, Harvard Bookstore, University of Washington Bookstore in American Book Center je s tiskom na zahtevo skupno zaslužil 171 USD. Prodaja preko BookBaby je znašala še dodatnih 457,57 USD. Prodaja zvočne knjige na CD-ju je znašala 54 USD. Pisanje kolumn za Publishers Weekly na temo same knjige mu je prineslo 10.000 USD ali 400 USD na članek. Prejel je honorar za novo zgodbo v višini 10.000 USD. V šestnajstih mesecih pa je prejel tudi za 3.128,92 USD donacij (Doctorow, 2012).

Dva meseca po objavi so mu bralci javili 123 tipkarskih napak, ki jih je sproti odpravljajal in urejal na strežniku strani Lulu. Prišel je do sklepa, da ni bilo vredno truda štirih

naslovnice, saj so se kupci večinoma odločali za naslovnico, ki jo je pripravil Pablo Defendini. Ta je bila tudi edina, ki ni bila ilustrirana. Pri odpravljanju tipkarskih napak je moral zaradi večjega števila naslovnice knjigo večkrat naložiti na sistem strani Lulu. Za v prihodnje se je odločil, da bi raje povprašal svoje sledilce na Twitterju, naj se odločijo med različnimi skicami morebitnih naslovnice in med njimi izberejo najboljšo (Doctorow, 2011).

Časovna obdobja glede na ilustratorja	14. feb.11	3. maj. 11	13. jun. 11	28. sep. 11	28. mar. 12	Skupaj
Leider	31	5	4	10	0	50
Rucker	24	8	4	2	5	43
Wu	29	7	7	7	0	50
Defendini	64	23	9	126	158	380
Skupaj	148	43	24	145	163	523

Tabela 1: Prodaja broširane izdaje knjige *With a Little Help* glede na naslovnico

Če pogledamo prodajo broširanih knjig, vidimo naslednje trende. Do 14. februarja 2011 je bilo zgolj na Lulu prodanih 148 izvodov, nakar je v naslednjih mesecih prodaja padla (Doctorow, 2011). Od aprila do junija je bilo skupno z Amazonom prodanih 24 izvodov (Doctorow, 2011). Čez poletje se je prodaja ponovno povečala na 145 izvodov, ko je razširil prodajne kanale s tiskom na zahtevo po knjigarnah, ki so ponujale to možnost. Razvidna je bila tudi močna prodaja Defendinijevih naslovnice, ki je po zadnjem zabeleženem prodajnem obdobju s 158 prodanimi izvodi predstavljala 97% prodajni delež med ponujenimi štirimi naslovnice na trgu (Doctorow, 2011). Pri tem v obdobju od 28. septembra 2011 in do 28. marca 2012 ni bilo nič prodanih knjig z naslovnice Leaderja in Wuja (Doctorow, 2012). Ironično pri tem je bilo, da je bil Defendini edini, ki ni prejel honorarja za naslovnico. Honorarji ostalih treh so znašali: Rudy Rucker 400 USD, Frank Wu 200 USD in Rick Lieder 400 USD (Doctorow, 2010). Doctorow ocenjuje, da je s prodajo knjige *With a Little Help* zaslužil več, kot je prej z obema prejšnjima zbirkama skupaj (Doctorow, 2011).

Cory Doctorow je leta 2006 v svojem članku *Giving It Away* izjavil, da večina njegovih bralcev, ki s spleta prenesejo njegova dela, knjig ne kupi. V tem ne vidi nobene škode pri prodaji knjig, če že, si je s tem pridobil ciljno publiko. Edino škodo je prepoznal pri takrat še manjši skupini bralcev, ki so smatrali e-knjigo kot nadomestilo za tiskano verzijo

knjige. Nekaj bralcem pa je pripisal, da so prepoznali brezplačno e-knjigo kot spodbudo za nakup knjige. E-knjigo vidi kot družbeni objekt, katerega je enostavno širiti po spletu med prijatelji, s katerimi delimo podobne interese. To zanj predstavlja temeljno marketinško potezo, saj zanj nič ne prodaja knjig bolje kot knjižna priporočila prijateljev. Po Coryjevem mnenju brezplačno dostopna knjiga avtorju ne veča zgolj prodaje knjige, temveč tudi razpoznavnost in branost njegovih ostalih literarnih del. Za tovrstno promocijo se je odločil, ker verjame, da je za vsakega avtorja največji izziv to, da ostanejo bralcem nepoznani. Vsa avtorjeva literarna dela so dosegljiva na strani Craphound.com (Doctorow, 2006).

Cory Doctorow izdaja svoje knjige pod licenco Priznanje avtorstva – Nekomercialno – Deljenje pod enakimi pogoji (CC BY – NC – SA) ter licenco Priznanje avtorstva – Nekomercialno – Brez predelav (CC BY – NC – ND) (Case Studies/Cory Doctorow, 2013).

5.1.2 Brandon Sanderson – Warbreaker

Brandon Sanderson je avtor fantazijskih romanov. Pisanja romana *Warbreaker* se je lotil junija 2006. V tem času se je prvič srečal z deli Coryja Doctorowa. Sprva je bil Sanderson skeptičen do Doctorowejevega početja, saj je bil prepričan, da na tovrsten način nihče ne bo kupil tiskane izdaje njegove knjige, nakar je tej stvari namenil nekoliko več premisleka. Prišel je do zaključka, da imajo bralci že tako brezplačen dostop do literature v knjižnicah. Ti pa lahko glede na dobra priporočila knjigo priporočijo svojim znancem, ki knjige prav tako ne bodo kupili, temveč si jo bodo izposodili v knjižnici. Vsake toliko časa pa se najde nekdo, kateremu je knjiga morda tako zelo všeč, da si jo celo kupi. Sanderson se strinja z Doctorowom, da je za pisatelja dandanes največji izziv to, da bralcem ne ostane nepoznan; verjame, da bi ga ljudje več brali in celo kupovali, če bi bili seznanjeni z njim ter njegovimi deli. Fasciniran z delovanjem interneta kot medija za distribucijo zabavnih vsebin se je odločil za eksperiment. Sanderson se je dogovoril z založnikom, da bo leta vnaprej pred uradnim izidom brezplačno objavljajl poglavja nastajajočega romana na svoji spletni strani. Založnik Tor in literarni agent nista bila najbolj navdušena nad pisateljevo odločitvijo, vendar je ta želel nekaj, kar bi bralce bolj vključevalo in pri tem nagrajevalo. Zavedal se je, da bo prvopis imel napake. S tem je želel, da ga v njegovem kreativnem procesu spremljajo vsi mladi nadebudni pisci tekom revizij in njegovega ustvarjalnega procesa. Želel je tudi, da se z njim seznanijo novi bralci, ki bi od tu dalje posegli po njegovih ostalih knjigah. Navkljub temu je do uradnega izida tiskane knjige imel skrbi, da bo knjiga komercialno neuspešna zaradi brezplačne različice na spletu. Druga skrb je bila, da bodo bralci iz zgodnjih različic

romana domnevali, da gre za slab literarni izdelek, ki je odsev pisateljevega končnega talenta. Ne glede na skrbi pa je verjel, da bo to zanj dobra samopromocija (Warbreaker, 2007).

Poglavja so bila objavljena na pisateljevi spletni strani. Bralci so bili povabljeni na poseben forum, kjer so po vsakem branju puščali svoje komentarje in tako Sandersonu dajali povratne informacije o nastajajočem delu. Trenutno je na pisateljevi spletni strani na voljo šest različic nastajajočega romana ter Wordov dokument, ki primerja prvo in zadnjo verzijo romana ter daje vpogled, koliko revizij je bil roman deležen. Te so izdane pod licenco Priznanje avtorstva – Nekomercialno – Brez predelav (CC BY – NC – ND) (Warbreaker Rights and Downloads, 2007).

Knjiga je izšla 9. junija 2009 v trdi vezavi. Povzpela se je na 24. mesto na lestvici New York Times Hardcover Fiction Bestseller. Za primerjavo, njegov prejšnji roman, sklepni del trilogije *Mistborn*, se je povzpela na 21. mesto. Sanderson je bil po uradnem izidu mnenja, da z objavljanjem poglavij v prostem dostopu ni utrpel finančne izgube; upal je, da je s tem eksperimentom pridobil vsaj nekaj novih bralcev. Svoje romane na lestvici je označil kot skromne knjižne uspešnice, saj se nanjo lahko povzpne že avtor z 10.000 prodanimi izvodi knjig (Sanderson, 2009).

Sanderson pravi, da je pravi brezplačni vzorec cela knjiga, saj lahko edino na ta način bralec vidi, kako avtor piše in pripoveduje zgodbo. Če to pomeni, da knjigo prebere deset tisoč ljudi, a je nihče ne kupi, se pa odločijo, da kupijo in preberejo njegovo naslednjo knjigo, ker jim je bil vseč brezplačni vzorec, je že to samo po sebi uspeh. Rajši vidi, da nekdo njegovo knjigo prebere zastonj in mu ni vseč ter zanjo ne zapravi svojega denarja. Če pa ga bo knjiga zadovoljila, se bo vzpostavilo tudi večje povpraševanje tako v knjižnicah kot v knjigarnah. V vsakem primeru meni, da s tem nekako pridobi (Sanderson, 2010). Sanderson je tudi mnenja, da je čas, ki ga bralec vложи v branje knjige, pomembnejši od denarja, saj knjiga namreč ne zaživi, dokler ni prebrana (Jackson, 2014).

5.1.3 Peter Watts – *Blindsight*

Pisatelj Peter Watts je pod licenco CC Priznanje avtorstva – Nekomercialno – Deljenje pod enakimi pogoji (CC BY – NC – SA) registriral več avtorskih del. (Watts, 2006) Za znanstveno-fantastični roman *Blindsight* (2006) je prejel več nominacij za literarno nagrado v kategoriji najboljši roman za Hugo Award, John W. Campbell Memorial Award in Locus Award (*Blindsight* [Watts novel], 2015). Watts zatrjuje, da mu je to pomagalo pri

nadaljevanju njegove pisateljske kariere oziroma mu jo je rešilo. *Blindsight* je imel namreč zelo slabo prodajo. Eden največjih ameriških distributerjev je pozabil na prednaročila. Založnik Tor je prvo izdajo natisnil v manjši nakladi, tako da so, ko je prišlo do povpraševanja, kupci le s težavo prišli do knjige. Tako se je zgodilo, da so nekatere knjigarne na zahodni obali Amerike uvrščale knjigo *Blindsight* na vrh svojih prodajnih lestvic, četudi niso prodale ene same fizične kopije knjige, saj knjige niso imele na zalogi – kupci so jo namreč naročili (back-order). Navkljub povpraševanju pa je bil Tor zadržan glede tiskanja druge izdaje. Na podlagi okoliščin Watts ni pričakoval, da bo s prodajo knjige *Blindsight* karkoli zaslužil. Zato se je odločil, da jo bo dal registrirano z licenco CC na internet, kjer bo dostopna vsem. S tem si je želel med bralci razširiti vedenje o svojem pisateljevanju. Zavedal se je, da bo s tem najverjetneje prekinil pogodbo z založnikom, četudi je vedel, da se je Doctorow tega pristopa že leta posluževal pri istem založniku. Odločitev je najavil svojemu založniku, ta pa ga je pregovoril, naj počaka še kak mesec, če se bodo stvari kaj spremenile. Ker se po enem mesecu ni nič spremenilo, je Watts nadaljeval s svojo prvotno odločitvijo. Po enem tednu brezplačne objave knjige na spletu so se naročila v knjigarnah potrojila, kar je privedlo do spremembe odločitve pri založniku, ki je knjigo ponatisnil. Dobre prodaje knjige ni pripisoval njeni vsebini, saj je bil med bralci znanstvene fantastike še zelo nepoznan. Ključno dejstvo je po njegovem mnenju bilo, da je knjigo brezplačno ponudil zgolj nekaj tednov po njeni objavi. To so opazili znani pisatelji ter o njej pisali na svojih blogih, s tem pa se je beseda o njenem obstoju razširila. Uspeha in dobrega prodajnega odziva sam ne pripisuje dejstvu, da je knjigo ponudil brezplačno, temveč temu, da je storil nekaj, kar se je ljudem zdelo zanimivo ter so o tem poročali na blogih. Ironijo vidi v dejstvu, da čim več ljudi bi se posluževalo tovrstne poti pri objavi svojih knjig, tem manj bi jih o tem poročalo (IamA Science Fiction Author named Peter Watts. I am not any of those other Peter Wattses. AMA, within reason, 2014).

5.1.4 Ostali avtorji, ki se poslužujejo licence CC

Everyone in Silico je post-kiberpunk roman avtorja Jima Munroeja. Roman je izdal v lastni založbi No Media Kings leta 2002. Preden se je leta 2004 odločil, da registrira roman pod licenco CC Priznanje avtorstva – Nekomercialno – Deljenje pod enakimi pogoji (CC BY – NC – SA), je že leta 2000 na svoji spletni strani ponujal brezplačno e-knjigo *Angry Young Spaceman*. K temu ga je spodbudil tudi njegov prijatelj Cory Doctorow. Na koncu pa se je odločil iz radovednosti, saj ga je zanimalo, kako bo to vplivalo na prodajo njegove

knjige. Večjega odziva pri prodaji ni zasledil. Pred tem je bil priča različnim uspešnim promocijskim akcijam s pomočjo brezplačne e-knjige. Licence vidi kot dobro orodje za avtorje, ki se zavzemajo, da bi dali avtorsko delo v obtok med bralce, pri čemer pa ne želijo, da bi ga izpostavili komercialni eksploataciji. Knjiga je dosegljiva v formatih .rtf, .txt, .pdb, .pdf in Plucker .pdb na njegovi spletni strani. Bralcem, ki jim je bilo delo všeč, je prigovarjal, naj posredujejo spletno povezavo do knjig svojim prijateljem, jo posredujejo preko spletne pošte ali pa naj jo širijo na piratskih straneh. Knjiga je bila en teden izpostavljena tudi na spletni strani CreativeCommons.org (Munroe, 2005).

Wu Ming, krajše za Wu Ming Foundation, je psevdonim za skupino italijanskih pisateljev, med katere štejemo Roberta Buija, Giovannija Cattabrigaja, Luca Di Mea, Federica Guglielmija in Riccarda Pedrinija. Skupina je bila ustanovljena leta 2000 in izhaja iz skupnosti Luther Blissett (Wu Ming, 2015). Luther Blissett je 'nom de plume', psevdonim, ki so se neformalno posluževali umetniki in aktivisti v Evropi in Ameriki od leta 1994 dalje. Psevdonim se je prvič pojavil v Bologni. Z njim so aktivisti s področja kulture poleg medijskih potegavščin eksperimentirali z novimi formami avtorstva in identitet (Luther Blissett, 2015). Po objavi njihovega prvega zgodovinskega romana *Q* (1999) pod psevdonimom Luther Blissett so ustanovili kolektiv Wu Ming. Sledili so še romani *54* (2002) in *Manituana* (2007). Vsi trije zgodovinski romani so komercialne uspešnice in prevedeni v mnogo drugih jezikov (Wu Ming, 2015). Registrirani so pod licenco CC Priznanje avtorstva – Nekomercialno – Deljenje pod enakimi pogoji (CC BY – NC – SA) in so dosegljivi na spletni strani Wu Ming Foundation (Wu Ming – Download Our Books [novels, essays and short stories], 2007).

Robert Shea, bolje poznan kot soavtor trilogije *The Illuminatus!*, je avtor zgodovinskih romanov *All Things Are Lights*, *Shike* in *The Saracen*. Vsa avtorska dela, razen trilogije *Illuminatus!*, so dosegljiva na uradni spletni strani. Te je posthumno registriral pod licenco CC Priznanje avtorstva – Nekomercialno – Deljenje pod enakimi pogoji (CC BY – NC – SA) njegov sin Mike Shea. To je storil z namenom, da bi bila dela njegovega očeta, ki takrat niso bila na voljo v knjigarnah, dosegljiva čim večji množici potencialnih bralcev. Sam vidi vrzel med pisatelji, ki čutijo, da morajo imeti popolno kontrolo nad avtorskim delom, ter pisatelji, ki so prišli do spoznanja, da njihova dela pripadajo vsem – se pravi, da se zavedajo, da so njihova dela večja od njih samih in da bi, če bi avtorji želeli, da bi njihova dela zaživela, morala biti ljudem prosto dostopna (Robert Joseph Shea, 2007).

Stephen J. Sweeney je avtor znanstveno fantastične trilogije *Battle for the Solar System*. Prvi roman *The Honour of the Knights* je izdal leta 2009. 1. februarja 2010 je

Sweeney roman registriral pod licenco CC Priznanje avtorstva – Nekomercialno – Brez predelav (CC BY – NC – ND). S 5. februarjem 2010 je pričel roman serijsko izdajati po poglavjih na svoji spletni strani, pri čemer je vsak naslednji petek izdal novo poglavje. To je trajalo do 16. julija 2010. 16. avgusta 2014 je Sweeney spremenil licenco na CC Priznanje avtorstva – Nekomercialno – Deljenje pod enakimi pogoji (CC BY – NC – SA) (Downloads, 2009).

Postsingular (2007) je znanstveno-fantastični roman avtorja Rudyja Ruckerja, izdan pri založbi Tor. Roman je dosegljiv na avtorjevi spletni strani v formatih mobi, ePub, HTML in pdf. Avtor je pod isto licenco izdal še *Turing & Burroughs* (2012) in *The Ware Tetralogy* (2010), v kateri so zbrani štirje Ruckerjevi romani *Software* (1982), *Wetware* (1988), *Freeware* (1997) in *Realware* (2000). Nadaljevanje romana *Hylozoic* (2009) pa medtem ni bilo deležno iste obravnave. Njegova dela so objavljena pod licenco CC Priznanje avtorstva – Nekomercialno – Brez predelav (CC BY – NC – ND) (Rucker, 2014).

Move Under Ground (2004) je grozljivka avtorja Nicka Mamatas, izdana pri založbi Night Shade Books. Zanj je bil nominiran za Bram Stoker Award in International Horror Guild Award. Registrirana je pod licenco CC Priznanje avtorstva – Nekomercialno – Brez predelav (CC BY – NC – ND). Roman ni dosegljiv na avtorjevi spletni strani (*Move Under Ground*, 2015).

The Prize in the Game (2002) je fantazijski roman ameriške avtorice Jo Walton, izdan pri založbi Tor. Registriran je bil pod licenco CC Priznanje avtorstva – Nekomercialno – Brez predelav 3.0 Unported (CC BY – NC – ND) in je dosegljiv na spletu Internet Archive (*The Prize in the Game*, 2002). Razlog, da se je avtorica odločila za licenco CC, je bil, da se knjiga ni dobro prodajala. Pod morebitne dejavnike za slabo prodajo avtorica navaja naslovnico, čas izida knjige, ali pa knjiga zgolj ni ustregla določenim pričakovanjem bralcev oziroma bralnim trendom tistega časa. Od leta 2013 dalje je knjiga dosegljiva tudi v elektronski obliki. Na njeni uradni strani pa ni nikjer omenjeno, da bi knjiga izšla pod licenco CC (*The Prize in the Game*, 2013).

Ventus (2001) je znanstveno-fantastičen roman pisatelja Karla Schroederja, izdan pri založbi Tor. Roman, registriran pod licenco CC Priznanje avtorstva – Nekomercialno – Brez predelav 3.0 Unported (CC BY – NC – ND), je objavil na svoji spletni strani leta 2007 (*Ebook Version*, 2007).

Accelerando (2005) je zbirka znanstveno-fantastičnih kratkih zgodb, ki jih je spisal Charles Stross. Zanj je leta 2006 prejel Locus Award, poleg tega pa je bil nominiran še za Hugo, Campbell, Clarke in British Science Fiction Association Award. Izdana je bila pod

licenco CC Priznanje avtorstva – Nekomercialno – Brez predelav (CC BY – NC – ND) (Accelerando, 2015). Dosegljiva je v ePub, MobiPocket, Aportis Doc in Rich Text formatu ter na avtorjevi spletni strani v HTML obliki. Septembra 2012 je Stross v soavtorstvu z Doctorowom izdal knjigo *The Rapture of The Nerds* pod licenco CC Priznanje avtorstva – Nekomercialno – Brez predelav (CC BY – NC – ND) (Stross, 2014).

5.2 ANALIZA REZULTATOV

Avtorji, ki so se odločili za licence CC, poleg brezplačne knjige v e-obliki ponujajo tudi možnost nakupa knjige v tiskani in e-obliki. To pomeni, da je besedilo romalo od avtorja, literarnega agenta, urednika, lektorja, tiskarja in naposled do knjigarn. Prodajne poti se v teh primerih ne spremenijo. Nekateri avtorji, kakor je bilo prikazano v primeru Coryja Doctorowa, se odločijo za izdajo svojega literarnega dela v samozaložništvu. Ta dela so najpogosteje uredniško in lektorsko podhranjena, zaradi česar bralci niso vedno deležni najboljše bralne izkušnje. Knjige, ki so v tiskani obliki na voljo s pomočjo tiska na zahtevo, imajo z e-knjigo, katero avtorji ponujajo npr. preko spletne strani Lulu.com, skupne, kakor pravi Kovač, tržne in proizvodne lastnosti.

Brezplačna knjiga ima v prvi vrsti zgolj bralce. Glede na to, da je to delo najprej objavljeno na avtorjevi spletni strani, imajo prvi stik z njim avtorjevi zvesti bralci. Da se prične delo širiti naprej, se avtorji zanašajo na priporočila, ki se širijo od ust do ust. To pa pripelje do obravnav v medijih, priporočil na spletnih forumih in družbenih omrežjih ter recenzij in priporočil na spletnih dnevnikih mnenjskih vodij. S tem se informacija o knjigi razširi še med ljudi, ki se z avtorjem srečajo prvič. Lessig pravi, da delež avtorjevih kupcev predstavljajo pisateljevi zvesti bralci, ki bodo knjigo kupili v vsakem primeru. Uspešnost tovrstne promocije pa se pokaže, če se novi bralci odločijo za nakup knjige. Kot je razvidno, se komunikacijski krog knjige ni spremenil, saj brezplačna knjiga služi zgolj kot promocijsko sredstvo za nakup tiskane ali e-knjige.

Od dvanajstih obravnavanih avtorjev se jih je osem odločilo za licenco CC Priznanje avtorstva – Nekomercialno – Brez predelav (CC BY – NC – ND), šest pa za licenco CC Priznanje avtorstva – Nekomercialno – Deljenje pod enakimi pogoji (CC BY – NC – SA). Pri tem sta se Cory Doctorow in Stephen J. Sweeney poslužila obeh licenc. Nobena od uporabljenih licenc se po normativih organizacije Creative Commons ne smatra za licenco svobodne kulture, saj so glede načina dovoljevanja s stališča njenih uporabnikov bolj omejujoča. Licenc CC so se posluževali zgolj žanrski avtorji. Robert Shea in italijanski

pisateljski kolektiv Wu Ming Foundation so avtorji zgodovinskih romanov, ostali pa so avtorji znanstveno-fantastičnih in fantazijskih romanov. Polovico avtorjev (Cory Doctorow, Brandon Sanderson, Peter Watts, Rudy Rucker, Yo Walton in Karl Schroeder), ki so se odločili za uporabo licenc, zastopa založba Tor Books. Vsi pisci, ki so se odločili za objavo svojega literarnega dela z licenco CC, imajo svoje spletne strani ali spletne dnevnike ter na tovrsten način vzpostavljajo kontakt s svojimi bralci. Jo Walton in Nick Mamatas knjige nimata javno dostopne na svojih spletnih straneh ter tudi ne navajata, da sta kadarkoli uporabila licence CC. Vsi ostali avtorji imajo prosto dostopne knjige na voljo na svojih spletnih straneh.

5.2.1 Hipoteze

5.2.1.1 Avtorji se odločajo za licence CC, saj želijo pridobiti razpoznavnost

Razlogi za uporabo licenc so različni. Doctorow se je za njih odločil, ker verjame, da je za vsakega avtorja največji izziv to, da postane bralcem poznan. Sanderson verjame, da bi ga ljudje več brali in kupovali, če bi bili seznanjeni z njim ter njegovimi deli. Zaradi tega je mnenja, da je pravi brezplačni vzorec cela knjiga, saj lahko edino na ta način bralec vidi, kako avtor piše in pripoveduje zgodbo. Jim Munroe se je za licence odločil iz radovednosti, saj ga je zanimalo, kako bo to vplivalo na prodajo njegove knjige. Avtorska dela Roberta Shea so bila registrirana posthumno prek njegovega sina Mika Shea z namenom, da bi bila dosegljiva čim večji množici potencialnih bralcev, saj niso bila več na voljo v knjigarnah. Jo Walton se je za licence odločila, ker njen roman *The Prize in the Game* ni doživel pričakovanega tržnega odziva.

Cory Doctorow, Brandon Sanderson in Peter Watts si navkljub dejstvu, da so avtorji, ki so doživeli literarno objavo v programu največjega ameriškega založnika Tor Books, ki izdaja fantazijsko in znanstveno fantastično leposlovje, delijo mnenje, da je za njih največji izziv to, da navkljub temu ostajajo nekaterim bralcem nepoznani, ter verjamejo, da bi jih ljudje več brali in celo kupovali, če bi bili seznanjeni z njimi ter njihovimi deli. Podobnega mnenja je tudi Eric Flint, čigar knjige so izhajale pri založbi Baen Books.

Hipoteza je potrjena, saj med avtorji prevladuje želja po večji razpoznavnosti med ljudmi. Claire Squires v knjigi *Trženje literature* zagovarja tezo, da je proces trženja istočasno tudi proces prepoznavanja. V našem primeru avtorji, ki se odločijo za licence CC, vstopijo v proces prepoznavanja, ki pa je istočasno tudi proces trženja. Končni namen pa je

izboljšanje prodaje njihovih knjižnih naslovov.

5.2.1.2 Brezplačna knjiga, registrirana z licenco CC, pripomore k boljši razpoznavnosti avtorja

Doctorow pri delu, ki je javno dostopno z licencami CC, ne vidi škode pri prodaji knjige, saj na ta način pride v stik s ciljnim občinstvom, s katerim prej ni imel stika. Z avtorjeve spletne strani je bilo zgolj v prvih treh letih prenesenih 700.000 brezplačnih kopij knjige *Down and Out in the Magic Kingdom*. E-knjigo vidi kot družbeni objekt, ki ga je enostavno širiti po spletu med prijatelji, s katerimi delimo podobne interese, od koder vedenje o knjigi potuje naprej od ust do ust. To zanj predstavlja temeljno marketinško potezo, saj po njegovem mnenju njegovih knjig nič ne prodaja bolje kot knjižna priporočila med prijatelji. Večina tovrstnih bralcev knjige ne kupi. Obstaja pa manjšina, za katero je prepoznal brezplačno e-knjigo kot spodbudo za nakup knjige. Tovrsten pristop v komunikaciji s svojim občinstvom po avtorjevem mnenju ne veča zgolj prodaje tiskane knjige, temveč tudi njegovo razpoznavnost in branost njegovih preostalih literarnih del. Obenem pa priznava zasluge svojemu založniku, saj ga je ta zbližal s ciljno publiko, ki ga je kot pisatelja naredila uspešnega in prepoznavnega. V primeru pisatelja Coryja Doctorowa velja tudi opomniti, da je kot pisec kolumn za *New York Times*, *Publishers Weekly* in *Guardian* deležen veliko pozornosti. Poleg tega pa je spletni dnevnik BoingBoing, katerega sourednik je ter zanj piše prispevke, leta 2009 dnevno obiskovalo od tri do štiri milijone spletnih uporabnikov.

V primeru pisatelja Petra Wattsa avtor sam večje izpostavljenosti ne pripisuje brezplačni knjigi na spletu, temveč dejstvu, da so to opazili znani pisatelji in o tem poročali na blogih, ker se jim je zdelo njegovo dejanje zanimivo. Med pisatelji, ki se niso poslužili licenc CC, vendar so bila njihova avtorska dela navkljub temu prosto dostopna na spletu, sta bila podobne medijske obravnave deležna tudi Feri Lainšček za roman *Strah za metulje v nevihti* in Silvia Hartmann za roman *The Dragon Lords (Gospodarji zmajev)*. Članek na Prvem interaktivnem multimedijem portalu, MMC RTV Slovenija se je glasil: *Feri Lainšček svoj novi roman "razdaja" po Facebooku* (Feri Lainšček svoj novi roman "razdaja" po Facebooku, 2014), medtem ko je Silvia Hartmann poimenovala svoj projekt »Razgaljena pisateljica«.

Hipoteza je pogojno potrjena. Velik faktor pri Doctorowu igra že dejstvo, da je medijsko izpostavljen zaradi lastne vpletenosti z njimi. V primeru Wattsa, Lainščka in

Hartmannove pa razpoznavnost izhaja iz medijske obravnave, ki jih obravnava kot svojevrstno zanimivost. Ti pojavi pa so za medije zanimivi, kakor je ugotovil Watts, dokler so to osamljeni primeri. V primeru, ko bi se jih pričelo posluževati večje število avtorjev, pa bi postali manj zanimivi. Kot je razvidno iz raziskave se je le nekaj avtorjev leposlovnih del odloči za uporabo licenc CC. Če pogledamo bibliografije avtorjev, ki te licence uporabljajo, bi opazili, da se jih večina odloči zgolj za registracijo enega avtorskega dela, peščica za nekaj del, pri Doctorowu pa bi jih našli v celotni njegovi bibliografiji. Glede na redko uporabo licenc obstaja verjetnost, da jih bodo mediji tudi v bodoče obravnavali kot zanimivost.

Organizacija Creative Commons ne ponuja nobene platforme, preko katere bi se lahko uspešno promoviralo tovrstne avtorje. Avtorji morajo sami z brezplačno knjigo generirati dovolj veliko zanimanje, ki se odrazi v pozitivnih kritikah bralcev, ki vest o njej širijo od ust do ust, v medijskih objavah, vplivih mnenjskih vodij itd. Problem samopromocije avtorjev, ki se odločijo promovirati svoje literarno delo kot brezplačno knjigo, registrirano z licenco CC, pa je v tem, da so prepuščeni lastnim odločitvam v zvezi z načinom njenega oglaševanja oziroma promocije. Avtorji so v prvi vrsti ustvarjalci in večina jih nima ustreznih znanj s področja promocije knjige; zadolžitve, ki originalno pripada osebi, ki deluje znotraj založništva.

5.2.1.3 Brezplačna knjiga, registrirana z licenco CC, pripomore k boljši prodaji

Doctorow trdi, da se mu je zaradi uporabe licenc povečala prodaja knjig. Priznava pa tudi, da večina njegovih bralcev, ki si s spleta prenesejo njegova dela, knjig ne kupi. Kot pa je bilo razvidno iz Doctorowove promocije knjige *With a Little Help*, zanašanje zgolj na Twitter, blog, kolumne v reviji *Publishers Weekly* in e-poštni seznam svojih bralcev ni bilo dovolj, da bi med njimi zagotovil dovolj veliko zanimanje za nakup knjige. Njegov zaključek je, da je popularen blog praktičen pri lansiranju avtorskega dela v samozaložbi, ni pa zadosten za njeno prodajo. S tovrstno promocijo je izključil vse svoje potencialne kupce, ki so bili o njegovih knjigah ponavadi obveščeni s pomočjo knjižnih recenzij v tiskanih medijih ter na njihovih spletnih straneh. To ga je privedlo do odločitve, da je razposlal medijem recenzentske izvode. Bistvene razlike pri prodaji navkljub temu ni opazil, razen povečanje števila donacij na njegovi spletni strani. Dva izmed razlogov za slabšo prodajo od pričakovane sta, da je šlo za starejšo vsebino, ki je pred tem že izšla po raznih literarnih revijah, ki objavljajo znanstveno-fantastične kratke zgodbe. Drugi razlog je, da je prodaja zbirk kratkih zgodb slabša kot pri romanih. Doctorow je podal oceno, da je s prodajo knjige

With a Little Help zaslužil več, kot je prej z obema prejšnjima zbirkama skupaj. V veliki meri pa je bilo to zahvaljujoč dejstvu, da je ustvaril veliko prihodka z luksuzno izdajo knjige. Sanderson je bil po uradnem izidu romana *Warbreaker* mnenja, da z objavljanjem poglavij v prostem dostopu ni utrpel finančne izgube. S prodajo se je povzpel na 24. mesto na lestvici New York Times Hardcover Fiction Bestseller List. Sanderson je v tem obdobju pisateljske kariere svoje romane na lestvici prodajnosti označil kot skromne knjižne uspešnice, saj se nanjo lahko povzpne že avtor z 10.000 prodanimi izvodi. Peter Watts ne pripisuje velikega pomena razpoznavnosti brezplačne knjige, registrirane z licenco CC, temveč dejstvu, da so o njegovem dejanju poročali na spletnih dnevnikih. Navkljub temu pa zatrjuje, da mu je to pomagalo pri nadaljevanju njegove pisateljske kariere, saj so se naročila v knjigarnah po objavi brezplačne knjige potrojila, založnik pa se je odločil, da knjigo ponatisne. Jim Munroe, avtor knjige *Everyone in Silico*, večjega odziva pri prodaji ni zasledil, četudi je bila knjiga en teden posebno izpostavljena na spletni strani CreativeCommons.org. Zgodovinski romani italijanskega kolektiva pisateljev, ki se skrivajo pod psevdonimom Wu Ming, pa so postali komercialne uspešnice ter bili prevedeni v mnogo drugih jezikov.

Hipoteza je pogojno potrjena, če pisatelji ustrezajo kriterijem druge hipoteze – se pravi, da so uspešni pri samopromociji. Če primerjamo tovrstno samopromocijo s promocijo brezplačnih knjig, ki so del neke založniške platforme, vidimo, da je njihovo delo neprimerljivo težje. V primeru Baen Free Library vidimo, da je obstajala digitalna knjižnica, kjer so bili na enem mestu zbrani vsi avtorji enega žanra z jasnim pregledom le-teh. Ciljna skupina ljubiteljev znanstvene fantastike in fantazijskih romanov se je lahko zatekala k iskanju novih avtorjev izključno na eni spletni strani. Knjige v Baen Free Library, ki so bile na voljo brezplačno, so povečale prodajo v knjigarni. Poleg tega pa se je povečala tudi prodaja vseh ostalih avtorjevih naslovov ne glede na založbo, pri kateri so bile izdane. Harper Collins je s promocijsko akcijo The Browse Inside Full Access leta 2008 nadaljeval s to idejo. V času promocije pa se je povečala prodaja vseh Gaimanovih knjižnih naslovov za 40 %. Potrebno pa je poudariti, da sta promocijski akciji The Browse Inside Full Access in Baen Free Library potekali še pred razcvetom elektronskih knjig.

5.2.1.4 Slovenski avtorji se za promocijo svojih leposlovnih del poslužujejo licenc CC

Slovenski avtorji literarni del se ne poslužujejo licenc CC. Edina slovenska knjiga, izdana pod licenco CC, ki jo je avtor pričujoče magistrske naloge uspel najti, je doktorsko delo dr. Maje Bogataj Jančič *Avtorsko pravo v digitalni dobi* (2008). Gospa Jančič je poznana po tem, da je vodila projekt Creative Commons Slovenija od decembra 2004 do lansiranja licenc oktobra 2005. Navkljub temu, da ni domačega pisatelja, ki bi izdal leposlovno delo, izdano pod licenco CC, pa imamo primer avtorja, ki je roman objavil brezplačno na spletu. Feri Lainšček je v sklopu promocijske založniške akcije v sodelovanju z urednikom založbe Beletrine Mitjo Čandrom javno objavil svoj nastajajoči roman *Strah za metulje v nevihti* na družbenem omrežju Facebook. To pa ni bil edini Lainščkov poizkus ustvarjanja na spletu. Med letoma 2006 in 2007 je nastajal kolektivni spletni roman v nadaljevanjih *e-junak našega časa*. Oba romana sta še vedno javno dostopna. Na podlagi avtorjevega predhodnega ustvarjalnega udejstvovanja na spletu obstaja možnost, da se bo Lainšček v prihodnje poslužil tudi licenc CC. Hipoteza je ovržena.

5.2.1.5 Creative Commons Slovenija aktivno sodeluje pri promociji ustvarjalnosti in domačih avtorjev

Uradna spletna stran Creative Commons Slovenija razen splošnih informacij o licencah CC ne izpostavlja avtorjev, ki bi se posluževali licenc CC. Zadnji Festival ustvarjalnosti in svobodne kulture, ki ga je Creative Commons Slovenija organiziral, je potekal leta 2008, pred sedmimi leti. Creative Commons Slovenija na svoji spletni strani ne izpostavlja domačih avtorjev. Na podlagi primera Ferija Lainščka in njegovih dveh javno dostopnih literarnih del pa lahko sklepamo, da avtor najbrž ne ve za obstoj licenc CC. Hipoteza je ovržena.

6 ZAKLJUČEK

Razlog, da se avtorji leposlovnih del odločajo za licence CC, je prepričanje, da bodo z njihovo pomočjo pridobili nove bralce. Navkljub dejstvu, da so doživeli literarno objavo, imajo tovrstni avtorji občutek, da na trgu med bralci niso pustili dovolj vidnega pečata, saj med njimi ostajajo nepoznani. Založniki, imetniki materialnih avtorskih pravic, tovrstnim avtorjem dovolijo, da je knjiga brezplačno dostopna na spletu, medtem pa sami knjige ne promovirajo. Zaradi tega morajo avtorji sami poskrbeti za samopromocijo. Licenca CC kot pravno orodje, s katero avtor dovoli uporabo na nekem delu pod določenimi pogoji, omogoča, da knjigo na spletu brezplačno ponudimo bralcem in bodočim kupcem – sama po sebi pa ne pripomore k boljši razpoznavnosti samega avtorja. Avtorji največkrat nimajo ustreznih znanj s področja promocije, zaradi česar tudi željene razpoznavnosti oziroma tržnega učinka ne dosežejo. Navkljub temu mediji o njihovi odločitvi, da na spletu ponujajo brezplačno knjigo, pogosto poročajo, in sicer kot o neki zanimivosti.

Brezplačna knjiga na spletu lahko pripomore k boljši promociji avtorja, kar se pokaže v povečani prodaji avtorjevih knjig. To sta dokazali založbi Harper Collins s promocijsko akcijo *The Browse Inside Full Access in Baen Publishing z Baen Free Library*. V obeh primerih se je prodaja knjige, ki je bila brezplačno na spletu, povečala. Poleg tega se je povečala tudi prodaja vseh ostalih avtorjevih naslovov ne glede na založbo. Pomanjkljivost na strani avtorjev, ki se odločijo za licence CC, je, da ni platforme, ki bi jim omogočala lažjo promocijo oziroma izpostavljenost njihovih del. V Sloveniji ni avtorja, ki bi izdal leposlovno delo pod licenco CC. Namesto tega imamo približek v Feriju Lainščku, ki je na družbenem omrežju Facebook objavljajal brezplačna poglavja svojega prihajajočega romana. Prav tako ni nobenega znaka, da bi Creative Commons Slovenija sodelovala pri aktivni promociji domačih avtorjev, ki se odločijo za licence CC oziroma za promocijo licenc CC nasploh. Glede na slabo razširjenost uporabe licenc v Sloveniji in njihovo redko obravnavo v medijih bi bilo potrebno izvesti javno raziskavo o poznavanju tovrstnih pravnih orodij med prebivalci Republike Slovenije z namenom, da se preveri, koliko ljudi je z njimi sploh seznanjenih.

Tako lahko iz rezultatov magistrskega dela sklepam, da imajo licence CC potencial pri širjenju avtorjeve razpoznavnosti, pa tudi, da brezplačna knjiga lahko vpliva na nakup tiskane in e-knjige. Seveda pa je tudi za brezplačno knjigo potrebna promocija, da se informacija o njej prične širiti od ust do ust. Tako za avtorja kot za založnika pa bi bilo najbolje, da bi se tovrstna promocija vršila preko založbe, v kateri je avtor izdal literarno

delo. Glede na trenutno razširjenost licenc CC menim, da bodo s časom tovrstna pravna orodja, ki so le nadgradnja avtorskih pravic, postala bolj med ljudmi bolj poznana.

7 VIRI

7.1 MONOGRAFSKE PUBLIKACIJE:

- ANDERSON, C. (2006). *Dolgi rep: Zakaj je prihodnost poslovanja v večji prodaji manj množičnega*. Ljubljana: Cankarjeva založba
- ANDERSON, C. (2011). *Brezplačno: Prihodnost cenovne skrajnosti*. Ljubljana: Časnik Finance, d.o.o.
- BLATNIK, A., RUGELJ, S., BREZNIK, M., DUŠA, Z., GRILC, U., KOŠIR, M. in KOVAČ, M. (2005). *Zgubljeno v prodaji*. Ljubljana: UMco
- BOGATAJ JANČIČ, M. (2008). *Avtorsko pravo v digitalni dobi*. Ljubljana: Pasadena
- BOGATAJ JANČIČ, M. MAKAROVIČ, B., TOPLIŠEK, J., KLEMENČIČ, G. in TIČAR, K. (2007). *Pravni vodnik po internetu*. Ljubljana: GV Založba
- BUČAR, B., ŠABIČ, Z. In BRGLEZ, M. (2000). *Navodila za pisanje – seminarske naloge in diplomska dela*. Ljubljana: Fakulteta za družbene vede
- CAVE, R. in AYAD S. (2015). *Zgodovina knjige skozi knjige*. Ljubljana: UMco
- DARNTON, R. (2011). *Zadeva: knjiga*. Ljubljana: Cankarjeva založba
- DOCTOROW, C. (2011). *Context: Further Selected Essays on Productivity, Creativity, Parenting, and Politics in the 21st Century*. San Francisco: Tachyon Publications
- FORMENTI, C. (2005). *Ne-ekonomija: Digitalna ekonomija in paradoksi intelektualne lastnine*. Ljubljana: Krtina
- ILICH, I. (2007). *Knjiga*. Ljubljana: Cankarjeva založba
- JOHNS, A. (2009). *Piracy: the intellectual property wars from Gutenberg to Gates*. Chicago and London: The University of Chicago Press
- KOVAČ, M. (2009). *Od katedrale do palačinke: tisk, branje in znanje v digitalni družbi*. Ljubljana: Študentska založba
- LESSIG, L. (2005). *Svobodna kultura: Narava in prihodnost ustvarjalnosti*. Ljubljana: Krtina
- RUGELJ, S. (2010). *Za vsako besedo cekin?: Slovensko knjižno založništvo med državo in trgovom*. Ljubljana: Cankarjeva založba
- SQUIRES, C. (2009). *Trženje literature: Ustvarjanje sodobne literature v Veliki Britaniji*. Ljubljana: Cankarjeva založba

7.2 SPLETNI VIRI

7.2.1 Članki na spletu

Albanese, A. (2014, 29. maj). BEA 2014: Why Tor Dumped DRM. *Publishers Weekly*.

Pridobljeno 13. 06. 2015 s spletne strani <http://www.publishersweekly.com/pw/by-topic/industry-news/bea/article/62577-bea-2014-why-drm-is-the-problem.html>

Brockmeier, J. (2012, 26. april). Publishers Starting to Reject e-Book DRM. *ReadWrite*.

Pridobljeno 13. 06. 2015 s spletne strani

<http://readwrite.com/2012/04/26/publishers-starting-to-reject-e-book-drm>

Crisp, J. (2013, 29. april). One Year Later, the Results of Tor Books UK Going DRM-Free. *Tor.com*. Pridobljeno 13. 06. 2015 s spletne strani

<http://www.tor.com/2013/04/29/tor-books-uk-drm-free-one-year-later/>

Deahl, R. (2008, 9. junij). HC Shares Results of Online Giveaways. *Publishers Weekly*.

Pridobljeno 14. 02. 2015 s spletne strani

<http://www.publishersweekly.com/pw/print/20080609/2076-hc-shares-results-of-online-giveaways.html>

Doctorow, C. (2006, 1. december). Giving It Away. *Forbes*. Pridobljeno 13. 06. 2015 s

spletne strani http://www.forbes.com/2006/11/30/cory-doctorow-copyright-tech-media_cz_cd_books06_1201doctorow.html

Doctorow, C. (2009, 19. oktober). Doctorow's Project: With a Little Help. *Publishers Weekly*. Pridobljeno 26. 02. 2015 s spletne strani

<http://www.publishersweekly.com/pw/by-topic/columns-and-blogs/cory-doctorow/article/15883-doctorow-s-project-with-a-little-help.html>

Doctorow, C. (2009, 7. december). With a Little Help: Can You Hear Me Now? *Publishers Weekly*. Pridobljeno 26. 02. 2015 s spletne strani

<http://www.publishersweekly.com/pw/by-topic/columns-and-blogs/cory-doctorow/article/41143-with-a-little-help-can-you-hear-me-now.html>

Doctorow, C. (2010, 17. maj). Closing In. *Publishers Weekly*. Pridobljeno 26. 02. 2015 s spletne strani

<http://www.publishersweekly.com/pw/by-topic/columns-and-blogs/cory-doctorow/article/43187-closing-in.html>

Doctorow, C. (2010, 2. avgust). Doctorow's First Law. *Publishers Weekly*. Pridobljeno 26.

02. 2015 s spletne strani <http://www.publishersweekly.com/pw/by-topic/columns-and-blogs/cory-doctorow/article/44012-doctorow-s-first-law.html>

Doctorow, C. (2010, 13. september). With A Little Help: Production! *Publishers Weekly*. Pridobljeno 26. 02. 2015 s spletne strani <http://www.publishersweekly.com/pw/by-topic/columns-and-blogs/cory-doctorow/article/44429-with-a-little-help-production.html>

Doctorow, C. (2011, 14. februar). With A Little Help: The Early Returns. *Publishers Weekly*. Pridobljeno 26. 02. 2015 s spletne strani <http://www.publishersweekly.com/pw/by-topic/columns-and-blogs/cory-doctorow/article/46105-with-a-little-help-the-early-returns.html>

Doctorow, C. (2011, 4. april). With a Little Help: Hitting My Stride. *Publishers Weekly*. Pridobljeno 26. 02. 2015 s spletne strani <http://www.publishersweekly.com/pw/by-topic/authors/pw-select/article/46707-with-a-little-help-hitting-my-stride.html>

Doctorow, C. (2011, 1. julij). With A Little Help: Heuristics. *Publishers Weekly*. Pridobljeno 26. 02. 2015 s spletne strani <http://www.publishersweekly.com/pw/by-topic/columns-and-blogs/cory-doctorow/article/47858-with-a-little-help-heuristics.html>

Doctorow, C. (2011, 7. oktober). With a Little Help: Now at Your Library. *Publishers Weekly*. Pridobljeno 26. 02. 2015 s spletne strani <http://www.publishersweekly.com/pw/by-topic/columns-and-blogs/cory-doctorow/article/49010-with-a-little-help-now-at-your-library.html>

Flint, E. (2002, 15. april). Prime Palaver #6. *Baen Books*. Pridobljeno 14. 02. 2015 s spletne strani http://www.baen.com/library/prime_palaver6.asp

Geuss, M. (2013, 4. maj). Tor Books says cutting DRM out of its e-books hasn't hurt business. *Ars Technica*. Pridobljeno 13. 06. 2015 s spletne strani <http://arstechnica.com/business/2013/05/tor-books-says-cutting-drm-out-of-its-e-books-hasnt-hurt-business/>

Grafenauer Krnc, P. (2007, 16. april). Ustvarjalna gmajna 3.0 med nami že jeseni. *Dnevnik*. Pridobljeno 13. 06. 2015 s spletne strani <http://www.dnevnik.si/kultura/fokus/240317#>

Hoffelder, N. (2012, 10. december). It's Official: SF&F Titles From Baen Books Are Coming to the Kindle Store. *Ink, Bits, & Pixels*. Pridobljeno 14. 02. 2015 s spletne strani <http://the-digital-reader.com/2012/12/10/its-official-sf-titles-from-baen-books-are-coming-to-the-kindle-store/#.U2WRkIF5Muc>

Jackson, F. (2014, 22. april). Brandon Sanderson: Heralding a New Era of Fantasy. *Paste Magazine*. Pridobljeno 14. 02. 2015 s spletne strani

<http://www.pastemagazine.com/articles/2014/04/brandon-sanderson-heralding-a-new-era-of-fantasy.html>

Lainšček, F. (2014, 26. avgust). Kolumna Feri Lainšček: Strah za metulje v nevihti. *Lisa*.

Pridobljeno 14. 02. 2015 s spletne strani <http://www.lisa.si/kolumna/kolumna-feri-lainscek-strah-za-metulje-v-nevihti/>

Lea, R. (2008, 12 februar). Publisher experiments with free online books. *The Guardian*.

Pridobljeno 14. 02. 2015 s spletne strani

<http://www.theguardian.com/books/2008/feb/12/news.richardlea>

Lough, C. (2014, 28. maj). Removing Roadblocks to Community: Tom Doherty on DRM at Book Expo of America. *Tor.com*. Pridobljeno 13. 06. 2015 s spletne strani

<http://www.tor.com/2014/05/28/tom-doherty-tor-books-book-expo-of-america-2014/>

Radosavljevic, Z. (2014, 6. november). Book Talk: Slovenia's Feri Lainscek on Facebook writing. *Reuters*. Pridobljeno 14. 02. 2015 s spletne strani

<http://www.reuters.com/article/2014/11/06/us-books-authors-lainscek-idUSKBN0IQ0A720141106>

STA. (2014, 16. september). Nastajanje Lainščkovega romana na Facebooku spremljalo 1600 sledilcev. *Dnevnik*. Pridobljeno 14. 02. 2015 s spletne strani

<http://www.dnevnik.si/kultura/knjiga/nastajanje-lainsckovega-romana-na-facebooku-spremljalo-1600-sledilcev#>

7.2.2 E-knjige

Lainšček, F. in Majhenič, I. (2007). *e-junak našega časa: e-roman v nadaljevanjih*.

Pridobljeno 14. 02. 2015 s spletne strani <http://z.delo.si/produkcija/ejunak/>

Walton, J. (2002). *The Prize in the Game*. Pridobljeno 16. 04. 2015 s spletne strani

<http://web.archive.org/web/20080527231236/http://www.zorinth.net/bluejo/books/prize/prize.htm>

Watts, P. (2006). *Blindsight*. Pridobljeno 16. 04. 2015 s spletne strani

http://www.rifters.com/real/shorts/PeterWatts_Blindsight.pdf

7.2.3 Spletne strani

- About CC0 — “No Rights Reserved”. (2009). *Creative Commons*. Pridobljeno 13. 06. 2015 s spletne strani <http://creativecommons.org/about/cc0>
- Accelerando. (2015). V *Wikipedia, the free encyclopedia*. Pridobljeno 14. 11. 2015 s spletne strani <http://en.wikipedia.org/wiki/Accelerando>
- Blindsight (Watts novel). (2015). V *Wikipedia, the free encyclopedia*. Pridobljeno 16. 04. 2015 s spletne strani [https://en.wikipedia.org/wiki/Blindsight_\(Watts_novel\)](https://en.wikipedia.org/wiki/Blindsight_(Watts_novel))
- Case Studies/Cory Doctorow. (2013). *Creative Commons Wiki*. Pridobljeno 14. 02. 2015 s spletne strani https://wiki.creativecommons.org/Case_Studies/Cory_Doctorow
- Down and Out in the Magic Kingdom. (2015). V *Wikipedia, the free encyclopedia*. Pridobljeno 15. 11. 2015 s spletne strani https://en.wikipedia.org/wiki/Down_and_Out_in_the_Magic_Kingdom
- Downloads. (2009). *The Battle for the Solar System*. Pridobljeno 16. 04. 2015 s spletne strani <http://www.battleforthesolarsystem.com/downloads/>
- Ebook Version. (2007). *Futurism, Fiction and Blends of the Two — KarlSchroeder.com*. Pridobljeno 16. 04. 2015 s spletne strani <http://www.kschroeder.com/my-books/ventus/free-ebook-version>
- Feri Lainšček svoj novi roman "razdaja" po Facebooku. (2014). *Prvi interaktivni multimedijski portal, MMC RTV Slovenija*. Pridobljeno 14. 02. 2015 s spletne strani <http://www.rtvlo.si/kultura/novice/feri-lainscek-svoj-novi-roman-razdaja-po-facebooku/342068>
- HarperCollins publishers promotion to make select books available online for free. (2008). *HarperCollins Publishers Global*. Pridobljeno 14. 02. 2015 s spletne strani <http://corporate.harpercollins.com/us/press-releases/216/HARPERCOLLINS%20PUBLISHERS%20PROMOTION%20TO%20MAKE%20SELECT%20BOOKS%20AVAILABLE%20ONLINE%20FOR%20FREE>
- IamA Science Fiction Author named. I am not any of those other Peter Wattses. AMA, within reason. (2014, 26 avgust). *reddit: the front page of the internet*. Pridobljeno 16. 04. 2015 s spletne strani http://www.reddit.com/r/IAMa/comments/2enwks/iama_science_fiction_author_named_peter_watts_i/

- Luther Blissett (2015). V *Wikipedia, the free encyclopedia*. Pridobljeno 10. 09. 2015 s spletne strani [https://en.wikipedia.org/wiki/Luther_Blissett_\(nom_de_plume\)](https://en.wikipedia.org/wiki/Luther_Blissett_(nom_de_plume))
- Move Under Ground. (2015). V *Wikipedia, the free encyclopedia*. Pridobljeno 16. 08. 2015 s spletne strani http://en.wikipedia.org/wiki/Move_Under_Ground
- Pogosta vprašanja o Creative Commons (FAQ). (2006). *Creative Commons Slovenija*. Pridobljeno 13. 06. 2015 s spletne strani <http://creativecommons.si/cc-faq>
- Report. (2014). *State of the Commons*. Pridobljeno 13. 06. 2015 s spletne strani <https://stateof.creativecommons.org/report/>
- Robert Joseph Shea. (2007). *Robert J. Shea's Homepage*. Pridobljeno 16. 04. 2015 s spletne strani <http://bobshea.net/>
- State of the Commons. (2014). *Creative Commons*. Pridobljeno 13. 06. 2015 s spletne strani <http://creativecommons.org/weblog/entry/44351>
- State of the Commons: Notes and additional resources. (2014). *GitHub*. Pridobljeno 13. 06. 2015 s spletne strani <https://github.com/creativecommons/stateofthe/blob/master/data/notes.md>
- Strah za metulje v nevihti, roman v nadaljevanjih. (2015). *Facebook*. Pridobljeno 14. 02. 2015 s spletne strani <https://www.facebook.com/pages/Strah-za-metulje-v-nevihti-roman-v-nadaljevanjih/1509945959216998>
- The Prize in the Game. (2013). *Jo Walton*. Pridobljeno 16. 04. 2015 s spletne strani <http://www.jowaltonbooks.com/books/the-sulien-series/the-prize-in-the-game/>
- Tor Books Announces E-book Store: Doctorow, Scalzi & Stross Talk DRM-Free. (2012). *Tor.com*. Pridobljeno 13. 06. 2015 s spletne strani http://www.tor.com/2012/06/04/tor-books-announces-e-book-store-doctorow-scalzi-a-stross-talk-drm-free/?utm_source=Feedburner%3A%20Frontpage%20Partial%20RSS%20Feed&utm_medium=feed&utm_campaign=Feed%3A%20Torcom%2FFrontpage_Partial%20%28Tor.com%20Frontpage%20Partial%20-%20Blog%20and%20Stories%29
- Understanding Free Cultural Works. (2013). *Creative Commons*. Pridobljeno 13. 06. 2015 s spletne strani <http://creativecommons.org/freeworks>
- Uporaba CC licenc. (2007). *Creative Commons Slovenija*. Pridobljeno 13. 06. 2015 s spletne strani <http://creativecommons.si/licence>
- Version 3. (2013). *Creative Commons Wiki*. Pridobljeno 13. 06. 2015 s spletne strani https://wiki.creativecommons.org/wiki/Version_3

Warbreaker. (2007). *Brandon Sanderson RSS*. Pridobljeno 14. 02. 2015 s spletne strani

<http://brandonsanderson.com/books/warbreaker/warbreaker/>

Warbreaker Rights and Downloads. (2007). *Brandon Sanderson RSS*. Pridobljeno 14. 02. 2015 s spletne strani

<http://brandonsanderson.com/books/warbreaker/warbreaker/warbreaker-rights-and-downloads/>

Wikipedia:Copyrights. (2015). V *Wikipedia, prosta enciklopedija*. Pridobljeno 13. 06.

2015 s spletne strani <https://en.wikipedia.org/wiki/Wikipedia:Copyrights>

Wu Ming. (2015). V *Wikipedia, the free encyclopedia*. Pridobljeno 10. 09. 2015 s spletne

strani http://en.wikipedia.org/wiki/Wu_Ming

Wu Ming - Download Our Books (novels, essays and short stories). (2007) *Wu Ming Foundation, the official website*. Pridobljeno 10. 09. 2015 s spletne strani

<http://www.wumingfoundation.com/italiano/downloads.shtml>

Za novinarje. (2007). *Creative Commons Slovenija*. Pridobljeno 13. 06. 2015 s spletne

strani <http://creativecommons.si/node/34>

7.2.4 Spletni dnevniki

Coelho, P. (2008, 3. februar). Pirate Coelho [Prispevek na blogu]. Pridobljeno 14.

02. 2015 s spletne strani <http://paulocoelhoblog.com/2008/02/03/pirate-coelho/>

Coelho, P. (2012, 20. januar). My thoughts on S.O.P.A. [Prispevek na blogu].

Pridobljeno 14. 02. 2015 s spletne strani

<http://paulocoelhoblog.com/2012/01/20/welcome-to-pirate-my-books/>

Doctorow, C. (2010, 3. oktober). Donate A Copy Of With A Little Help [Prispevek na blogu]. Pridobljeno 26. 02. 2015 s spletne strani

<http://craphound.com/walh/contribute/give-a-copy/>

Doctorow, C. (2010, 11. oktober). Starting financials [Prispevek na blogu].

Pridobljeno 26. 02. 2015 s spletne strani

<http://craphound.com/walh/2010/10/11/monthly-financials/>

Doctorow, C. (2011, 14. februar). February 14, 2011 [Prispevek na blogu].

Pridobljeno 26. 02. 2015 s spletne strani

<http://craphound.com/walh/2011/02/14/february-14-2011/>

Doctorow, C. (2012, 28. marec). Financial report, March 28, 2012 [Prispevek na blogu].

Pridobljeno 26. 02. 2015 s spletne strani

<http://craphound.com/walh/2012/03/28/financial-report-march-28-2012/>

Doctorow, C. (2012, 13. junij). Financial report: June 13, 2011 [Prispevek na blogu].

Pridobljeno 26. 02. 2015 s spletne strani

<http://craphound.com/walh/2011/06/13/financial-report-june-13-2011/>

Doctorow, C. (2012, 28. september). Financial report, September 28, 2011 [Prispevek na blogu]. Pridobljeno 26. 02. 2015 s spletne strani

<http://craphound.com/walh/2011/09/28/financial-report-september-28-2011/>

Gaiman, N. (2008, 9. februar). The Birthday Thing [Prispevek na blogu].

Pridobljeno 14. 02. 2015 s spletne strani

<http://journal.neilgaiman.com/2008/02/birthday-thing.html>

Gaiman, N. (2008, 29. februar). The nature of free [Prispevek na blogu].

Pridobljeno 14. 02. 2015 s spletne strani

<http://journal.neilgaiman.com/2008/02/nature-of-free.html>

Gaiman, N. (2008, 5. marec). Very small footnote to Free [Prispevek na blogu].

Pridobljeno 14. 02. 2015 s spletne strani

<http://journal.neilgaiman.com/2008/03/very-small-footnote-to-free.html>

Gaiman, N. (2008, 11. julij). The results of Free [Prispevek na blogu]. Pridobljeno

14. 02. 2015 s spletne strani <http://journal.neilgaiman.com/2008/07/results-of-free.html>

Gaiman, N. (2008, 23. september). Small helpful reminder [Prispevek na blogu].

Pridobljeno 14. 02. 2015 s spletne strani

<http://journal.neilgaiman.com/2008/09/small-helpful-reminder.html>

Munroe, J. (2004, 31. marec). Free E-book Released [Prispevek na blogu].

Pridobljeno 16. 04. 2015 s spletne strani

http://nomediakings.org/writing/free_ebook_released.html#more-272

Rucker, R. (2014, 12. september). Rudy Rucker eBook Editions [Prispevek na blogu].

Pridobljeno 16. 04. 2015 s spletne strani <http://www.rudyrucker.com/blog/rudy-rucker-ebooks/>

Sanderson, B. (2009, 19. junij). #24 (+ Idaho Falls Details) [Prispevek na blogu].

Pridobljeno 14. 02. 2015 s spletne strani <http://brandonsanderson.com/24-idaho-falls-details/>

Stross, C. (2014, 16. junij). Accelerando [Prispevek na blogu]. Pridobljeno 16. 04. 2015 s spletne strani <http://www.antipope.org/charlie/blog-static/fiction/accelerando/accelerando-intro.html>

7.2.5 Spletni forumi

Sanderson, B. (2010, 9. marec). Q & A with Brandon Sanderson! [Sporočilo 26]. Pridobljeno 14. 02. 2015 s spletne strani <https://www.goodreads.com/topic/show/264132-q-a-with-brandon-sanderson?page=2>

7.2.6 Video posnetki

Gaiman, N. [OpenRightsGroup]. (2011, 3. februar). *Gaiman on Copyright Piracy and the Web* [Videoposnetek]. Pridobljeno 14. 02. 2015 s spletne strani https://www.youtube.com/watch?v=0Qkyl1wXNII&feature=player_embedded#at=35

IZJAVA

Izjavljam, da je magistrsko delo v celoti moje avtorsko delo ter da so uporabljeni viri in literatura navedeni v skladu z mednarodnimi standardi in veljavno zakonodajo.

Tim Božič

(Lastnoročni podpis)

V Ljubljani, 29. december 2015