



Spero

# Надежда музыкальной индустрии

В июне этого года IBM совместно с компанией Spero Communications объявила об окончании работы над бесплатно распространяемой версией компакт-диска группы Oasis. Технологии, примененные в этом проекте, позволяют зарегистрированным пользователям получить цифровой ключ, разблокирующий новые композиции, познакомившись с которыми, можно заказать последний альбом на сайте.

С тех пор как были изобретены способы защищенной записи и передачи информации, не переводятся желающие перехватить ее, чтобы использовать в своих, почти всегда корыстных, целях. Если кто-то думает, что незаконное копирование, иначе говоря — пиратство, получило какое-то особое развитие с изобретением и широким внедрением цифровых форматов, то глубоко ошибается. Неизвестно, как обстояло дело с копированием валиков для фонографов Эдисона, но еще сто лет назад шеллачные пластинки Патэ успешно тиражировались.

Так что цифровые носители не создали на этом рынке принципиально новой ситуации,

однако благодаря им возникла возможность производства пиратской продукции относительно высокого качества при сравнительно скромных затратах. Впрочем, предсказанной в середине 80-х годов смерти мировой аудиоиндустрии так и не случилось.

Примерно те же прогнозы начали появляться в середине 90-х годов в связи с возникновением возможности практически неограниченного обмена аудиофайлами в Интернете. Наивные аналитики полагали, что не сегодня-завтра отомрет торговля материальными носителями, затем исчезнут мировые гиганты грамзаписи, и останется анархия вольных артистов, вырвавшихся из-под гнета »

» акул шоу-бизнеса. И опять не случилось и, можете поверить, не случится в сколько-нибудь обозримом будущем.

### Щит и меч

Потому что никогда не умрет древнее противоборство между нападением и защитой. И дело здесь не столько в том, что все как один более-менее успешные артисты продолжают, неразумные, мечтать о контрактах с крупнейшими фирмами грамзаписи, справедливо полагая, что никакая Сеть не заменит отработанных десятилетиями технологий маркетинга и продвижения новых имен.

Главное в другом: бесконечная гибкость цифровых форматов потому и бесконечна, что может обслуживать любые потребности; задача лишь в том, чтобы нашлись люди, которые эти потребности могли бы внятно сформулировать. Легче всего строить баррикады технологий тотальной защиты от копирования и крепостные стены законов вроде печально прославившегося американского DMCA. Куда сложнее подняться над такой линейной логикой «гонки вооружений».

Даже картонные герои примитивных боевиков уже давно демонстрируют какое-никакое знание восточных единоборств. Но разучить сумму приемов — это одно, а по-настоящему проникнуться философией, из которой эти приемы произросли, — совсем другое. А логика здесь следующая: не меряйся с противником грубой силой, а обрати мощь соперника себе в пользу. Наконец нашлись люди, которые обратили возможности безграничного распространения и копирования цифрового контента в пользу правообладателей и применили эти возможности в целях маркетинга. В свете этого не кажется случайным, что все больше программистов ведущих компаний, в том числе IBM, являются выходцами из азиатских стран.

Вполне возможно, что именно на пути дальнейшего развития идеологии, заложенной в технологиях IBM, разработанных совместно со Spero Communications, и будут развиваться новые технологии маркетинга, которые, возможно, позволят разрешить коренное противоречие. Наилучшая информация о музыкальном продукте — это он сам, и если задача маркетинга заключается в том, чтобы как можно шире распространить информацию о товаре, то найти средство лучше, чем сам продукт, в музыкальной сфере невозможно. Интересы правообладателя при этом прямо противоположны: сделать рас-



◀ Ян Сперо является одновременно и лицом своей компании

пространение продукта максимально контролируемым, иначе говоря, не раздавать его бесплатно, а продавать за деньги.

### Закончилось все хорошо: в общем, все умерли

Шутка. Никто не умрет, и каждый пригодится. И акула-продюсер, и медиамагнат, и программист с хакерскими наклонностями — все найдут свое место. Возможно, новые лица довольно скоро появятся и в отделах маркетинга музыкальных компаний. Во всяком случае, потребность видеть в этих подразделениях программистов с хорошим хакерским прошлым уже очевидна. Более того, пригодятся даже зануды-юристы, если только они смогут из юрисконсультвов, охотно объясняющих, почему это запрещено или должно быть запрещено и что и сколько будет тому, кто этот запрет нарушит, переквалифицируются в юридических советников. Не адвокатов, за-

рабатывающих на жизнь действительно почтенным ремеслом поиска лазеек в несовершенных по определению текстах законов, но тех, кто, не сетуя на несовершенство законов, изучает реально существующую правовую среду и ищет не противоречащие ей решения актуальных проблем бизнеса.

А имя у компании и ее основателя действительно знаковое — Ян Сперо (Ian Spero). «Dum spiro spero» — «Пока дышу, надеюсь», — говорили древние. Хочется вместе с господином Сперо надеяться, что такая многообещающая технология не умрет с альбомом Oasis, что полученный опыт окажется успешным и другие компании грамзаписи возьмут его на вооружение. Судя по формату кампании с альбомом Oasis, эта технология не может быть слишком дорогой. Хотя кто знает, почему выпускающую этот альбом фирму назвали Big Brother?

■ ■ ■ Владимир Батянин



### Сложности реализации

## Решение проблемы?

Понятно, что ни одно из решений и даже технических достижений, каким представляется совместный проект IBM и Spero Communications, не является панацеей. Все как раз наоборот, решение одной отдельно взятой проблемы означает возникновение целого ряда других, вырастающих подобно воинам из зубов поверженного дракона. Например, одновременно со стремительным ростом числа пользователей Интернета — причем главным образом за счет молодежи, которая и составляет до 80% потребителей на мировом рынке музыки, — происходит сближение цен на телевизоры с системным блоком (ПК) и просто телевизоры. Значит, следует подумать о будущем музыкальных телеканалов. Стоимость подписки на музыкальный канал (а они чаще всего платные) уже сейчас сопоставима с платой

за доступ в Сеть. И зачем тогда телевизор, если, не покидая рабочего места, можно и посмотреть, и послушать, и заказать на выбор либо пластинку, либо купить полноформатный контент для личного пользования. Так может быть решена одна из серьезных юридических проблем, суть которой в следующем: права производителя фонограммы (компания грамзаписи) и исполнителя, который на этой фонограмме записан, возникают только после того, как фонограмма запущена в коммерческий оборот, то есть попала в магазины. Во то же время маркетинговая кампания предполагает, что отдельные элементы фонограммы начинают звучать в эфире до появления нового альбома в продаже. Получается, что фонограмма на первом этапе своего существования юридически ничья.