

Pavel Zahrádka

Etika kopírování kulturních obsahů

Kvalitativní studie internetového pirátství v České republice¹⁾

V důsledku expanze a rozvoje digitálních médií dochází v České republice (a celosvětově) ke střetu mezi uživatelskou praxí pořizování kopií děl a autorským zákonem, který reguluje přístup k dílům splňující podmínku „jedinečného výsledku tvůrčí činnosti autora“.²⁾ Přestože audiovizuální průmysl v ČR, organizace na ochranu autorských práv (jako například Česká protipirátská unie) a státní instituce (jako například Úřad průmyslového vlastnictví) dlouhodobě usilují o kontrolu a penalizaci neautorizované distribuce digitálních obsahů prostřednictvím rozmanitých modalit regulace, dochází v ČR nadále k masivnímu pořizování a šíření autorskoprávně chráněných děl převážně prostřednictvím P2P sítí, streamování nebo přístupu k datovým úložištím.³⁾ Řada mezinárodních studií dokládá, že snaha vládních orgánů a kulturních průmyslů o regulaci selhává především v oblasti sociálních norem, a to navzdory snaze průmyslu formovat tyto normy prostřednictvím edukačních programů.⁴⁾ Zároveň se ukazuje, že zákonná opatření, tržní regulace a architektura digitálních obsahů (např. technologie DRM) nedokážou ovlivnit jednání běžných uživatelů internetu, pokud tyto nástroje nejsou v souladu s normami spotřební praxe.⁵⁾

1) Tento text vznikl v rámci výzkumného projektu „Etika kopírování: sociologický výzkum“ (registrační číslo IGA-FF-2015-30) podpořeného Univerzitou Palackého v Olomouci v letech 2015 a 2016.

2) Zákon č. 121/2000 Sb., o právu autorském, o právech souvisejících s právem autorským a o změně některých zákonů (AutZ), § 1, odst. 1.

3) Jakub Macek – Alena Macková – Kateřina Škařupová – Lenka Waschková Císařová, *Old and New Media in Everyday Life of Czech Audiences (Research Report)*. Brno: Masaryk University 2015.

4) Srov. např. Mark Schultz, *Copynorms: Copyright Law and Social Norms*. In: Peter Yu (ed.), *Intellectual Property and Information Wealth*. London: Praeger 2006, s. 201–234; Andrew Murray, *Information Technology Law: The Law and Society*. Oxford: Oxford University Press 2010; Lee Edwards a kol., *Framing the Consumer: Copyright Regulation and the Public*. *Convergence: The International Journal of Research into New Media Technologies* 19, 2012, č. 1, s. 9–24.

5) Dosavadní snaha o zavírání nelegálních serverů ve výsledku vedla k fragmentaci trhu s nelegálními obsahy a tudíž také obtížnější právní postizitelnosti nelegální distribuce, viz Luis Aguiar – Jörg Claussen – Christian Peukert, *Online Copyright Enforcement, Consumer Behavior, and Market Structure (JRC Technical Report)*. Seville: Institute for Prospective Technological Studies 2015.

Vzniká proto série sociologicky zajímavých otázek: Proč vůbec dochází ke střetu mezi zákonem a spotřební praxí? Uvědomují si spotřebitelé, že porušují zákonná ustanovení? A pokud ano, proč si nadále pořizují nelegálně šířené obsahy? Proč dochází k odklonu spotřebitelů od legálních distribučních kanálů? Jsou jejich spotřební návyky způsobeny nedostatečným respektem k zákonu či absencí etických zásad? Anebo něčím úplně jiným? Řídí se spotřebitelé při pořizování nelegálně distribuovaných obsahů vůbec nějakými etickými zásadami? Domnívám se, že klíčem k pochopení důvodů přetrvávajícího napětí mezi strukturou (zákonem) a jednáním (pořizováním digitálního obsahu z nelegálních zdrojů) je porozumění každodenní praxi běžných uživatelů internetu. Tuto domněnku zakládám na teoretické a metodologické reflexi výsledků dosavadních výzkumů internetového pirátství, které se zabývají problematikou porušování autorského zákona a etickými aspekty nelegálního pořizování digitálních obsahů.

Výzkum internetového pirátství

Napětí mezi zákonem a spotřební praxí uživatelů internetu se stalo v nedávné době předmětem výzkumu řady právnických, kriminologických a sociologických studií. Tyto studie lze na obecné rovině rozdělit do dvou kategorií. Jedny postulují autorský zákon jako výchozí závaznou normu a zjišťují, jaké důvody vedou spotřebitele k jeho porušování, tj. k deviantnímu chování; většinou s cílem poskytnout průmyslu návod na zavedení efektivních opatření, která by dokázala zabránit dalšímu nelegálnímu šíření digitálních kopií autorskoprávně chráněných děl. Například Ingram a Hinduja ve své studii „Neutralizing Music Piracy: An Empirical Examination“ analyzují tzv. neutralizační strategie (popření odpovědnosti, popření způsobené škody, popření obětí, dovolání se vyššího principu, kritika kritiků), kterými aktéři (tzv. pasivní piráti) omlouvají a zároveň legitimizují své jednání, o kterém ví, že je špatné buď z hlediska zákona, anebo sociálních norem.⁶⁾ Řada dalších studií pak dospívá k závěru, že kriminální jednání uživatelů internetu je způsobeno především nedostatkem etického či morálního vědomí,⁷⁾ které je podmíněno anonymitou internetu, prostorovou distancí vůči následkům vlastního jednání, depersonalizovanou komunikací a domácím pohodlím uživatele internetu.⁸⁾ K podobnému — nicméně spekulativnímu — závěru se ve svých úvahách nad důvody internetového pirátství přiklání také

6) Jason R. Ingram – Sameer Hinduja, Neutralizing Music Piracy: An Empirical Examination. *Deviant Behavior* 29, 2008, č. 4, s. 334–366.

7) Andrea Flores – Carrie James, Morality and Ethics behind the Screen: Young People's Perspectives on Digital Life. *New Media & Society* 15, 2012, č. 6, s. 834–852; Oliver Freestone – Vincent-Wayne Mitchell, Generation Y Attitudes Towards E-ethics and Internet-related Misbehaviours. *Journal of Business Ethics* 54, 2004, č. 2, s. 121–128; Steven Lysonski – Srinivas Durvasula, Digital Piracy of MP3s: Consumer and Ethical Predispositions. *Journal of Consumer Marketing* 25, 2008, č. 3, s. 167–178. Například Flores a James vymezují morální vědomí jako schopnost zohlednit důsledky svého jednání na blízké okolí a etické vědomí je definováno jako schopnost jednat podle obecně závazného principu, reflektovat vlastní sociální roli a odpovědnost, zvážit dopad vlastního jednání na širokou veřejnost, zaujmout komplexní pohled na situaci reflektující zájmy zainteresovaných stran.

8) Více viz např. O. Freestone – V. Mitchell, Generation Y Attitudes Towards E-ethics and Internet-related Misbehaviours, c. d., s. 121–128.

spoluautor komentáře k českému autorskému zákonu, profesor práva Ivo Telec, když dovozuje:

Žijeme v převážně materialistické společnosti, kde pro mnohé platí, nevaž se, odvaž se! neboli kultura vyžití. Někdy násobená i vlastní tvůrčí nebo hospodářskou neschopností nebo jen malou mírou tvůrčích či hospodářských schopností, rozmazleným sobectvím a neúctou k cizímu.⁹⁾

Metodologickým nedostatkem těchto studií a úvah je ovšem jednak apriorně přijatý předpoklad, že jednání uživatelů internetu je deviantní, a jednak teoretická východiska, která definují etické či morální jednání nezávisle na perspektivě samotných aktérů. Tento přístup proto nikdy nemůže dospět k pochopení skutečných důvodů jednání zkoumaných aktérů a jejich hodnotových postojů. Na obecné rovině tento deduktivní metodický přístup porušuje tzv. princip vstřícnosti¹⁰⁾ a chování zkoumaných informantů prohlašuje v rozporu s jejich vlastním přesvědčením za deviantní a důvody jejich jednání interpretuje jako snahu omlouvat či neutralizovat své provinění. Z tohoto důvodu považují vyhodnocování motivace spotřebitelů pro stahování kulturních obsahů na základě jejich volby přednastavených odpovědí, které jsou deduktivně vyvozené z apriorně přijatých etických teorií či platných zákonných norem, za nevhodný metodický nástroj pro zkoumání spotřební praxe publika.

Druhý typ výzkumné strategie přistupuje k jednání uživatelů internetu hodnotově neutrálně, tj. apriorně nekriminalizuje nelegální počínání uživatelů internetu a nepřipisuje jim negativní povahové vlastnosti, popř. je neoznačuje za deviantní ve vztahu k právním či sociálním normám.¹¹⁾ Naopak se snaží pochopit hodnotový rámec, který aktéři sdílejí s ostatními uživateli internetu a který je pro pořizování neautorizovaných digitálních kopií určující. Kvantitativní studie tohoto typu nicméně neumožňují hlubší pochopení důvodů pro pořizování nelegálně šířených obsahů.¹²⁾ Kromě toho je problém internetového pirátství zde často redukován na střet mezi autorským zákonem a snahou publika o maximalizaci vlastního užitku.¹³⁾ Kvalitativní studie naopak čelí nebezpečí idealizace zkouma-

9) Ivo Telec, *Právo duševního vlastnictví v informační společnosti*. Praha: Leges 2015, s. 88.

10) Viz Donald Davidson, On the Very Idea of a Conceptual Scheme. In: týž, *Inquiries into Truth and Interpretation*. Oxford: Clarendon Press 1984, s. 183–198.

11) Pojem sociální a zákonné normy přejímám z díla Lawrence Lessiga. Zatímco zákon reguluje jednání sociálních aktérů prostřednictvím hrozby trestu a potrestání, sociální normy ovlivňují jejich jednání prostřednictvím internalizovaných hodnot a/nebo neformálních sociálních sankcí. Srov. Lawrence Lessig, *Code 2.0*. New York: Basic Books 2006, s. 120–137. Sociální normy zahrnují rovněž etické normy, které budou pozdějším předmětem prezentovaného výzkumu. Etickou normou označuji aktérovo přesvědčení, jak je třeba v dané situaci správně jednat bez ohledu na to, jak v dané situaci jednají ostatní sociální aktéři či jaké jednání vyžadují.

12) Dimitrios Xanthidis – Eisa Aleisa, Internet Piracy from a Digital Consumer's Viewpoint. *International Journal of Communications* 6, 2012, č. 4, s. 153–165; Måns Svensson – Stefan Larsson, Intellectual Property Law Compliance in Europe: Illegal File Sharing and the Role of Social Norms. *New Media & Society* 14, 2012, č. 7, s. 1147–1163.

13) Fabrice Rochelandet – Fabrice Le Guel, P2P Music Sharing Networks: Why the Legal Fight Against Copiers May Be Inefficient. *Review of Economic Research on Copyright Issues* 2, 2005, č. 2, s. 69–82; Thorsten Hennig-Thurau – Victor Henning – Henrik Sattler, Consumer File Sharing of Motion Pictures. *Journal of Marketing* 71, 2007, č. 4, s. 1–18.

ného fenoménu v důsledku zaměření pozornosti na studium mladého, participativního a horizontálně sdílejícího publika či kreativních tvůrců rekonfigurovaných kulturních forem (remix, mashup apod.), kteří zaujímají kritický a opoziční postoj proti kulturnímu průmyslu a vytvářejí alternativní modely oběhu kulturních statků.¹⁴⁾

Tento idealizující postoj dobře ilustruje názor profesora práva Alexandra Peukerta, který v porovnání s výše uvedenou Telcovou domněnkou reprezentuje opačné názorové spektrum. Peukert dovozuje, že hlavním důvodem sdílení a stahování neautorizovaných rozmnoženin určitého díla jsou dvě základní intuice spotřebitelů zakořeněné v západoevropské tradici a jejích právních systémech, které jsou v rozporu s autorským zákonem:

Zaprvé, kdokoliv může volně nakládat se svým hmotným vlastnictvím podle vlastního uvážení. Jsem to já — a pouze já — kdo může použít svůj počítač ke zpřístupnění a užívání digitálního obsahu. Zadruhé, kdokoliv má právo na svůj názor, přijímání a sdělování informací a nápadů, či na vyjádření své tvořivosti v umění a ve vědě.¹⁵⁾

Ve světle výsledků výzkumu ukážu, že tato domněnka představuje intelektuální nadin-terpretaci motivace spotřebitelů, která je daleko méně reflektovaná a více pragmatická, než se Peukert domnívá. V tomto případě vede absence vhodných metodických postupů a nástrojů pro výzkum perspektivy spotřebitelů k opačnému extrému. Namísto nedosta-tečné morálky jsou internetovým pirátům připisovány ušlechtilé motivy předpokládající implicitní či explicitní opoziční postoj vůči základním principům autorského zákona, kte-rý upřednostňuje vlastnické právo před právem na svobodné šíření informace.

Teorie a metodologie výzkumu

V rámci výzkumu se chci vyvarovat metodologických pochybení a úskalí nastíněných vý-zkumných postupů ve vztahu k pořizování a šíření neautorizovaných kulturních obsahů. Vycházím přitom z pozice metodologického relativismu, který tvrdí, že o tom, co je správné a nesprávné chování, rozhodují samotní sociální aktéři a nikoliv deduktivní teorie.¹⁶⁾ Výzkumník může nanejvýš zkoumat, popisovat a analyzovat rozmanité hodnotové systé-my, ke kterým se hlásí sociální aktéři. Téma pirátství mě proto zajímá pouze do té míry, do

14) Henry Jenkins, *Convergence Culture: Where Old and New Media Collide*. New York: NYU Press 2006; Lawrence Lessig, *Code and Other Laws of Cyberspace*. New York: Basic Books 1999; Lawrence Lessig, *Free Culture: How Big Media Uses Technology and the Law to Lock down Culture and Control Creativity*. New York: Penguin Press 2004; Michael Strangelove, *The Empire of Mind: Digital Piracy and the Anti-capitalist Movement*. Toronto: University of Toronto Press 2005; John Shiga, *Copy-and-Persist: The Logic of Mash-Up Culture*. *Critical Studies in Media Communication* 24, 2007, č. 2, s. 93–114; Axel Bruns, *Blogs, Wikipedia, Second Life, and Beyond: From Production to Produsage*. New York: Peter Lang 2008.

15) Alexander Peukert, *Why Do „Good People“ Disregard Copyright on the Internet?* In: Christophe Geiger (ed.), *Criminal Enforcement of Intellectual Property: A Handbook of Contemporary Research*. Cheltenham: Edward Elgar Publishing 2012, s. 166.

16) Pavel Zahrádka, *Heteronomie estetické hodnoty: Sociologická kritika filozofické estetiky*. Brno: Host 2015, s. 157.

jaké je reflektováno samotnými aktéry. Jinak řečeno, přidržuji se principu hodnotové neutrality při nastavení výzkumných otázek a při vedení samotného výzkumu.¹⁷⁾

Zároveň jsem si vědom toho, že v rámci sociologického výzkumu nemůže výzkumník spjatosti s žitým světem, který je předmětem jeho zkoumání, zcela uniknout. Podmíněnost sociologického výzkumu žitým světem výzkumníka se projevuje nejen ve volbě samotného předmětu zkoumání, ale především v jeho počátečním vymezení. Má-li se výzkum zaměřit kromě jiného také na identifikaci možných etických zásad či morálky spotřebitelů digitálních obsahů, pak se neobejde bez počátečního předporozumění pojmu morálky. V rámci výzkumu bylo morálnímu přesvědčení rozuměno v co možná nejširším možném významu jako názoru, jak by měli lidé v určité situaci správně jednat.¹⁸⁾

Cílem výzkumu je porozumět spotřební praxi informantů ve vztahu k populárním digitálním obsahům.¹⁹⁾ Především jde o porozumění důvodům odklonu spotřebitelů od legálních distribučních kanálů k nelegálním a identifikaci hodnotových zásad, kterými se spotřebitelé řídí (pokud vůbec) při pořizování kulturních obsahů. Výzkum navazuje na kvantitativní a kvalitativní šetření proměny spotřební praxe českých publik ve vztahu k audiovizuálním obsahům, které provedli Jakub Macek a Jiří Fiala.²⁰⁾ Tyto výzkumy ukazují, že jedním z příznačných motivů probíhající proměny mediální krajiny a diváckých praxí v ČR je přesun diváckých praxí od televizního vysílání k nelineárním formám recep-

17) Viz Max Weber, „Objektivita“ sociálněvědního a sociálněpolitického poznání. In: týž, *Metodologie, sociologie a politika*. Praha: Oikoymenth 2009, s. 7–63.

18) Kromě principu (relativní) hodnotové neutrality se hlásím rovněž k agnostickému stanovisku ohledně otázky existence morálních faktů či pravdivostní hodnoty morálních tvrzení. Řešení těchto metafyzických a epistemologických otázek spadá do kompetence filozofie. Agnostické stanovisko v rámci sociologického výzkumu vede k tomu, že výzkumné otázky nemohou být formulovány na základě předpokladu, že nějaké jednání je samo o sobě morálně dobré nebo morálně špatné. Při výkladu morálních či hodnotících postojů zkoumaných sociálních aktérů nelze proto do vysvětlování příčin či důvodů jejich morálního přesvědčení, že určité jednání je morálně špatné nebo morálně dobré, zahrnout fakt, že dané jednání je samo o sobě morálně špatné nebo morálně dobré. Z hlediska validity sociologického výzkumu morálky tím podstupujeme menší riziko, než kdybychom existenci či neexistenci morálních faktů zahrnuli mezi faktory vysvětlující morální přesvědčení. Neúplná teorie je totiž z epistemického hlediska stále lepším vysvětlujícím nástrojem (v případě, že by se ukázalo, že — přestože ve výzkumu s morálními fakty neoperujeme jako s kauzálními veličinami — tato fakta existují a mají vliv na přesvědčení zkoumaných aktérů) než teorie, která je — třeba jen částečně — epistemicky defektní (v případě, že by se ukázalo, že morální fakta, se kterými ve výzkumu operujeme jako s kauzálními veličinami, ve skutečnosti neexistují): „Za předpokladu neměnných podmínek, teorie T1 — která opomíjí pravdivé tvrzení p — má přednost před teorií T2 — která se dopouští nepravdivého tvrzení non-p.“ Gabriel Abend, Two Main Problems in the Sociology of Morality. *Theory and Society* 37, 2008, č. 2, s. 112.

19) Jako „populární obsahy“ označuji kulturní obsahy zábavního průmyslu v jejich digitalizované podobě, tj. především filmy, televizní seriály, beletrii, hudbu, komiks a počítačové hry. Pojem „populární“ odkazuje ke kontextu tvorby těchto obsahů a jejich zábavní funkci, nikoliv k jejich masové oblíbenosti či nižší estetické kvalitě.

20) Jiří Fiala, Nelegálně distribuované video z hlediska mediální etnografie. *Mediální studia* 6, 2012, č. 1, s. 60–75; Jakub Macek, Post-televizní publika? Stahování a konvergentní vztah k populárním obsahům. In: týž, *Média v pohybu: K proměně mediálních publik*. Brno: MUNI Press 2015, s. 79–101. Výsledky výzkumu byly ve zkrácené podobě publikovány rovněž ve studii Jakub Macek – Pavel Zahradka, Online Piracy and the Transformation of the Audiences' Practices: Case of the Czech Republic. In: Darren Hick – Reinold Schmücker (eds.), *The Aesthetics and Ethics of Copying*. London: Bloomsbury Publishing 2015, s. 335–358. Tato studie zasazuje kvalitativní zjištění o důvodech internetového pirátství do širšího kontextu proměny diváckých praxí v České republice, jejichž výzkumem se zabýval kolega Macek.

ce založených na využívání online zdrojů (počítačů, tabletů a mobilních telefonů).²¹⁾ Dále tyto výzkumy ukázaly, že nedílnou součástí proměny diváckých praxí v ČR je fenomén „internetového pirátství“. Sdílení a stahování nelegálně distribuovaných obsahů je proto třeba zkoumat v širším kontextu spotřební praxe jakožto intencionální jednání, které je podmíněno volbou kulturního obsahu, distribučního kanálu a recepčního rozhraní. Zasažení stahování online obsahů do kontextu každodenního mediálního chování informantů zabránil jednostrannému — například moralistnímu — přeceňování analyzovaného fenoménu, které vede k nepochopení, co a proč lidé vlastně dělají, když například stahují digitální kopii audiovizuálního díla. Tvorba, distribuce a užívání mediálních obsahů se totiž neodehrává ve vzduchoprázdnu, ale je vždy podmíněna a formována 1) záměry, hodnotami, znalostmi a potřebami sociálních aktérů, 2) materiální a textuální strukturou artefaktu a mediálního rozhraní, 3) časově a prostorově strukturovanou každodenností a institucionalizovaným kontextem spotřeby daného kulturního obsahu.²²⁾

V rámci výzkumu jsem se proto nejprve soustředil na specifikaci oblíbených typů populárních obsahů, způsob jejich získávání a spotřeby, motivace k volbě příslušného distribučního zdroje a recepčního média, a nakonec také na znalosti institucionalizovaného kontextu spotřeby populárních obsahů, tj. především na znalosti relevantních zákonných regulací a postoje informantů k jejich dodržování či porušování. Rovněž mne zajímalo, jaké důvody vedou informanty k pořizování neautorizovaných obsahů a je-li tato spotřební praxe strukturována nějakými etickými kritérii. Mým cílem nebylo identifikovat, které praxe jsou legální a které jsou v rozporu s právními předpisy (s tím ostatně, jak ukázal výzkum, mají problém už samotní informanti), nýbrž zdali a jak na legitimitu a legalitu svých spotřebních praktik nahlíží samotní aktéři.

Abych se vyhnul romantizující idealizaci tvorby, šíření a pořizování neautorizovaných digitálních obsahů, zaměřil jsem se v rámci výzkumu na běžnou populaci a prostřednictvím kategorie „běžný uživatel internetu“ jsem záměrně vyloučil z výzkumného vzorku zájmové skupiny s vyhraněným a reflektivně artikulovaným vztahem k autorskému zákonu (tvůrci, producenti, distributoři, agregátoři či kolektivní správci práv, právní experti, poskytovatelé služeb informační společnosti, členové Pirátské strany, České protipirátské unie apod.). Kategorie běžného uživatele internetu²³⁾ je konstruována analogicky ke kategorii prostého zákazníka, který podle Latoura představuje konečného uživatele technologických inovací bez odborné znalosti a ekonomického zájmu.²⁴⁾ V rámci výzkumu je „běžným uživatelem internetu“ označován jeho koncový uživatel, který nemá ekonomický či

21) Tento trend změny spotřebního chování publik je v souvislosti s postupující digitalizací médií celoevropským fenoménem. Viz např. International Video Federation (IVF), *European Video Yearbook 2014*. Online: <http://www.ivf-video.org/new/public/media/Europe_2014.pdf>, [cit. 15. 10. 2016]. Specifičnost českého, resp. východoevropského kulturního sektoru spočívá v podstatně nižší míře rozvoje audiovizuálních mediálních služeb na vyžádání. Srov. Christian Grece – André Lange – Agnes Schneeberg – Sophie Valais, *The Development of the European Market for On-demand Audiovisual Services*. European Audiovisual Observatory 2015.

22) Více k tomu viz Jakub Maček, *Poznámky ke studiím nových médií*. Brno: Masarykova Univerzita 2013.

23) Srov. Maria Bakardjieva, *Internet Society: The Internet in Everyday Life*. London: Sage 2005, s. 9.

24) Bruno Latour, *Science in Action: How to Follow Scientists and Engineers through Society*. Milton Keynes: Open University Press 1987, s. 137.

politický zájem na expanzi a důsledném uplatňování či naopak oslabování autorského zákona ve vztahu k šíření digitálních obsahů na internetu. Výzkumný vzorek nebyl záměrně omezen pouze na uživatele nelegálně šířených obsahů, protože hlavním cílem výzkumu bylo identifikovat a popsat případné etické normy či hodnoty, které strukturují spotřební chování uživatelů — ať už legálně či nelegálně získaných — digitálních populárních obsahů. Popis nelegálních spotřebních praktik byl proto v rámci výzkumu relevantní jen do té míry, do jaké sloužil k objasnění důvodů odklonu spotřebitelů od legálních distribučních kanálů, zachycení reflexe (či její absence) legálnosti příslušné spotřební praxe a identifikaci etických zásad, kterými se spotřebitelé při pořizování nelegálně distribuovaných obsahů případně řídí.

Z metodického hlediska by mohla být vznesena námitka, že kategorie „běžného uživatele internetu“ vede k příliš rozsáhlému vymezení výzkumného vzorku, a tudíž k jeho značné různorodosti. V důsledku toho budou výzkumná zjištění informovat pouze o praxi a postojích ve výzkumu zahrnutých jednotlivců, nikoliv ale o spotřební praxi, která by byla charakteristická pro uživatele internetu či určitou homogenní podskupinu. Výsledky explorativního výzkumu nicméně ukazují, že praxe a postoje uživatelů internetu se navzdory záměrné heterogenitě výzkumného vzorku nápadně podobají a vykreslují tak obraz sdílené spotřební praxe. Pro úplnost dodávám, že výsledky provedeného kvalitativního šetření v žádném případě nedovolují usuzovat na zastoupení zkoumané spotřební praxe v rámci české populace.

Metoda výzkumu

V rámci výzkumu bylo v první polovině roku 2015 realizováno třicet polostrukturovaných rozhovorů s běžnými uživateli internetu v ČR zjišťujícími jejich praxe a postoje ohledně pořizování, užívání a šíření neautorizovaných populárních online obsahů (filmů, TV seriálů, hudby, knih a počítačových her). Předpokladem pro zařazení informanta do výzkumného vzorku byla jeho praktická zkušenost s užíváním internetu jakožto každodenního informačního a komunikačního nástroje. Osoby, které používaly internet třikrát týdně a méně, nebo méně jak 30 minut denně, nebyly do vzorku zařazeny. Vzorek informantů jsem rozdělil na dvě základní a početně rovnoměrně zastoupené věkové skupiny 18 až 30 let a 40+. Cílem rozdělení bylo, aby vzorek zahrnoval jak členy tzv. internetové generace, tak příslušníky generace, kteří měli zkušenost s pořizováním populárních obsahů z doby před rozšířením internetového připojení v České republice, které bylo dostatečně rychlé pro stahování objemnějších datových souborů (tj. informanti, kterým bylo minimálně osmnáct let před rokem 2000).²⁵⁾ Při výběru informantů byla zohledněna genderová vyváženost vzorku a jeho heterogenita vzhledem k rozmanitému stupni dosaženého vzdělání, životnímu prostředí (město/venkov), rodinnému a socioekonomickému statusu a stupni počítačové gramotnosti (určeného sebehodnocením). Sociodemografická hete-

25) Vzhledem k obecné rozšířenosti a zvyšující se kvalitě připojení do internetové sítě v ČR jsme při konstrukci vzorku nebrali v úvahu rychlost připojení. I „pomalejší“ připojení (1 Mbit/s) umožňuje totiž stažení většího objemu dat (například DVD filmu) pro osobní potřebu za průměrnou dobu jedné hodiny.

rogenita vzorku byla záměrně zvolena vzhledem k explorativní povaze výzkumu zaměřeného na identifikaci a popis rozmanitých spotřebních strategií a postojů k pořizování autorských děl. Nejnižší věk účastníka výzkumu byl 20 let a nejvyšší 67 let. Průměrný věk informantů byl 37,1 let. Trvalým bydlištěm převážné většiny informantů byl Zlínský kraj (17), zastoupen byl ovšem také kraj Olomoucký (2), Královéhradecký (2), Moravskoslezský (2), Jihočeský (3) a Praha (4). Rozhovory byly vedeny v soukromí a povětšinou v domácím prostředí informantů nebo v místní kavárně. Opakovaný výskyt postojů a spotřební praxe ohledně způsobu pořizování populárních obsahů v posledních rozhovorech byl signálem elementární saturace dat. Audiorozhovory byly pořizovány s informovaným souhlasem informantů a anonymita informantů byla zaručena uváděním falešných jmen, vynecháním veškerých informací v rozhovoru, které by mohly vést k jejich identifikaci, a smazáním zvukových nahrávek po pořízení přepisu. Více informací o profilu výzkumného vzorku viz tabulka 1.

Sběr dat byl proveden metodou polostrukturovaných rozhovorů. Na sběru dat se podílel tým složený ze dvou proškolených výzkumníků a autora studie. Sběr dat byl realizován od června do srpna 2015. Předpřipravená struktura tematických okruhů rozhovoru obsahovala — v uvedeném pořadí — otázky na zkušenosti a praxi pořizování populárních obsahů (resp. volbu distribučního kanálu), otázky na názory ohledně pořizování a dalšího sdílení neautorizovaných populárních obsahů, otázky na znalosti ohledně právní ochrany autorských děl a nakonec otázky demografické a kontextové. Volná struktura rozhovoru umožnila dodatečné pokládání otázek na upřesňující informace či mírné oponování informantům za účelem získání rozsáhlejšího vysvětlení jimi zastávaného postoje. Při formulaci otázek jsme se snažili vyvarovat hodnotících konotací, moralistických postojů a otázek, které by na jedné straně stavěly uživatele internetu do špatného světla, popř. by jejich spotřební praxi kriminalizovaly, a které by jim na straně druhé podsouvaly určité etické zásady či stanoviska. Při analýze dat bylo postupováno podle principů zakotvené teorie, tj. induktivně odvozené analytické kategorie byly vztahově uspořádány v rámci tzv. obecného kódovacího paradigmatu zahrnujícího vlivy, kontext a strategie jednání.²⁶⁾

Internetové pirátství na pozadí proměny mediální praxe českých publik

Přestože nedávný výzkum rozšířenosti populárně-kulturních praxí v české populaci dokládá, že z hlediska recepce audiovizuálních obsahů (především filmů a televizních seriálů) zůstává dominantním médiem televize, „netelevizní“ praxe nejsou zanedbatelné, protože mají poměrně silné zastoupení především u mladších věkových skupin, jejichž členové patří mezi časté uživatele nových médií.²⁷⁾ Mackovo kvantitativní šetření distribuce spotřebních praxí v české populaci dále dokládá, že 31,8 % filmových diváků a 30,1 % diváků televizních seriálů si daný obsah pořizují z internetu, tj. stahují jej zdarma, dívají se

26) Anselm Strauss – Juliet Corbinová, *Základy kvalitativního výzkumu: Postupy a techniky metody zakotvené teorie*. Boskovice: Albert 1999.

27) Srov. J. Macek a kol., *Old and New Media in Everyday Life of Czech Audiences*, c. d.

na něj online nebo se na něj dívají za distribuční poplatek. Nicméně pouze 0,9 % spotřebitelů sleduje televizní seriály a 2 % spotřebitelů filmy na internetu za licenční poplatek. Co vede naprostou většinu těchto diváků k recepci audiovizuálních děl prostřednictvím nových médií a následně k pořizování jejich neautorizovaných kopií?

Vysvětlovat změnu ve spotřebních praktikách pouze věkem recipientů by bylo příliš schematické. Provedené kvalitativní šetření spotřební praxe populárních (především audiovizuálních) obsahů ukázalo, že volba mediálního rozhraní a populárního obsahu je rovněž podmíněna kontextuálními a textuálními aspekty spotřeby.²⁸⁾ Tyto důvody lze názorně předvést na příkladu srovnání s tradičními médii. Účastníci výzkumu využívající pro recepci populárních obsahů nová média poukazují hned na několik nedostatků televizního vysílání. První problém spatřují v nedostatečné kontrole nad časovostí recepce média. Informanti jsou nuceni podřídít se časovému rozvrhu vysílaného programu, z tohoto důvodu vyhledávají jiný zdroj požadovaného obsahu:

Hele, na televizi nemám vůbec čas. Maximálně si udělám čas na přenos nějakého sportovního mistrovství. Pracuju dlouho do noci a filmy si pouštím na dobrou noc. Proto si je stahuju. (Pavel, 41)

Druhým problémem televizního média je podle informantů nedostatečná kvalita programové nabídky: „Co si budeme povídat, v televizi je úplné hovno“ (Jiří, 24). „Netelevizní“ informanti preferují užívání nových médií oproti televiznímu médiu proto, že se nemusí časově podřizovat programovému toku a nejsou odkázáni na omezenou a nekvalitní programovou nabídku.

Instrumentální výhody užívání nových médií pro recepci audiovizuálních obsahů lze dále ilustrovat na srovnání s DVD nosiči či návštěvou kina. Upřednostňování nových médií souvisí především s morální ekonomikou domácnosti. Výhody stahování oproti DVD nosičům spočívají v tom, že získané obsahy jsou zadarmo a jsou okamžitě disponibilní. „Tak člověk sedí doma, má to, se dá říct, stáhlé za hodinu a může se na to hned podívat,“ tvrdí 24letý Jakub. Podobně je tomu s kinem:

No do kina moc nechodím, protože od té doby, co v podstatě existujou akorát multiplexy, tak mi připadá strašně zbytečný platit nějakých 140 nebo kolik korun za prostě film, kterej si můžu stáhnout doma. (Katarina, 30)

Nákup DVD naproti tomu často souvisí s kulturním kapitálem a identitou informantů, kteří recepci originálních nosičů spojují s náležitým způsobem recepce preferovaného obsahu a sami sebe pokládají za fanoušky nebo znalce daného autorského díla či žánru. Jakub, fanoušek *HVĚZDNÝCH VÁLEK*, popisuje svou strategii pořizování filmů následovně:

28) Ke stejnému závěru dospívá rovněž Macek na základě kvalitativního výzkumu proměny současných diváckých praxí ve vztahu k audiovizuálním obsahům. Srov. J. M a c e k, *Post-televizní publika? Stahování a konvergentní vztah k populárním obsahům*, c. d.

Tabulka 1

jméno (gender respondenta)	věk	vzdělání	malé děti	schopnost práce s počítačem	povolání	kraj	hrubý měsíční příjem
		SŠ VŠ	ne ano (v závorce počet dospělých dětí, které bývají doma přiležitostně)	základní mírně pokročilý pokročilý			u kategorie studenta a důchodce je uváděn čistý příjem/kapesné či důchod
Alena	49	SŠ	ne (2)	základní	sekretářka	Zlínský	25 000
Aneta	21	SŠ	ne	mírně pokročilý	učitelka	Zlínský	14 000
Bronislav	30	SŠ	ne	pokročilý	umělec	Praha	22 000
Daniela	20	SŠ	ne	pokročilý	student	Královéhradecký	7 000
Iva	52	VŠ	ano (2)	základní	nezaměstnaná	Zlínský	15 000
Josef	23	SŠ	ne	pokročilý	IT správce	Zlínský	18 000
Jakub	24	SŠ	ne	pokročilý	tesař	Zlínský	35 000
Jaroslav	26	SŠ	ne	pokročilý	nezaměstnaný	Zlínský	10 000
Jan	49	SŠ	ne (2)	základní	truhlář	Zlínský	21 000
Emil	25	SŠ	ne	pokročilý	student	Zlínský	9 000
Jiří	24	SŠ	ne	pokročilý	dispečer	Zlínský	20 000
Karel	26	SŠ	ne	pokročilý	student	Praha	7 000
Katarina	30	VŠ	ne	mírně pokročilý	technik	Zlínský	35 000
Libor	53	SŠ	ano (4)	mírně pokročilý	živnostník	Zlínský	50 000
Marie	67	VŠ	ano (1)	základní	důchodce	Jihočeský	16 000
Marta	41	VŠ	ano	mírně pokročilá	učitelka	Zlínský	24 000
Martin	29	VŠ	ne	pokročilý	inženýr	Olomoucký	25 000
Michal	28	SŠ	ne	pokročilý	zahradník	Zlínský	25 000

Filip	40	VŠ	ne		pokročilý	architekt	Zlínský	30 000
Ondřej	45	SŠ	ano		mírně pokročilý	strojař	Zlínský	20 000
Milan	61	VŠ	ne (2)		pokročilý	programátor	Zlínský	20 000
Petr	23	VŠ	ne		pokročilý	student	Moravskoslezský	10 000
Petra	24	SŠ	ne		mírně pokročilý	knihař	Zlínský	15 000
Radim	26	VŠ	ne		pokročilý	student	Moravskoslezský	16 000
Stanislav	27	VŠ	ne		pokročilý	opravář v elektro servisu	Královéhradecký	22 000
Zdeňka	51	SŠ	ano		základní	úřednice	Olomoucký	25 000
Pavel	41	VŠ	ano		mírně pokročilý	výzkumný pracovník	Jihočeský	48 000
Maryna	52	VŠ	ano		pokročilý	právník	Praha	63 000
Aneta	62	VŠ	ne (1)		základní	inženýr	Jihočeský	38 000
Veronika	44	VŠ	ano		mírně pokročilý	lékař	Praha	70 000

Hodně záleží na tom, jak moc je oblíbený ten film, nebo jak moc pro mě znamená, jakoby osobně. V případě konkrétně těch HVĚZDNÝCH VÁLEK, tak ty prostě musím mít, na originálce, takže ty si koupím. Potom jsou to filmy, které bych si koupil, které si první stáhnou, podívám se na ně nebo je vidím v kině. Pokud se mi zalíbí natolik, že je chci mít v originále, tak si je koupím. V případě, že je to něco takového jako, že to není úplně špatné, ale nedal bych za to tolik peněz, protože přece jen, co si budeme povídat, jsou drahé celkem, filmy v originálkách. Tak to řeším jenom stahováním.

Návštěva kina pak plní důležitou funkci ritualizace každodennosti. Jedná se o sváteční událost, která často slouží rovněž k posílení sociálních vazeb a interakce:

Když jdu do kina, tak to většinou spojuji s nějakým posezením, takže možná i to, že se tam potkáme, že jdeme se známým, s kamarádama, že se setkám s těma lidma, ale i z toho důvodu, když je to novinka. (Marta, 41)

Motivace informantů ke stahování audiovizuálních obsahů je vcelku banální a instrumentálně pragmatická. Reaguje totiž na 1) nedostatečnou programovou nabídku televizních stanic či kin a nedostupnost fyzických nosičů s požadovaným obsahem v distribuci, 2) neakceptovatelné náklady spojené s recepcí požadovaného audiovizuálního obsahu prostřednictvím

tradičních médií (příliš drahé náklady spojené s návštěvou kina či příliš vysoké ceny originálních DVD nosičů) a 3) kontextuálními potřebami kontroly nad časem recepce a relativně rychlou, technicky nenáročnou a instantní dostupností požadovaného obsahu, kterým selektivita nových médií vychází vstříc lépe než klasická vysílací média.

Rozhovory dále ukázaly, že instrumentální volba není primárně motivována finanční rozvahou, ale uživatelským komfortem a jednoduchostí pořizování požadovaného obsahu. U filmů, seriálů a hudby informanti vyjádřili většinou ochotu zaplatit za doposud zdarma stahovaný a neautorizovaný obsah menší objem peněz, pokud by požadovaný obsah byl nabízen v lepší kvalitě a způsob jeho pořizování by byl minimálně stejně tak rychlý a pohodlný jako ten bezplatný.

Tak jo, určitě by to bylo komfortnější. Kdyby tam byly všechny filmy a měl bys kredit, hlavně jde o ten obsah, že jo, když tam budou všechny filmy, tak než abych to hledal dvě hodiny, než to stáhnu, klikneš, zaplatíš 40 korun a máš to. (Jiří, 24)

Například u filmů se tato částka většinou pohybovala v rozpětí 20 až 80 Kč nebo měla formu měsíčního či ročního paušálního poplatku. Jako jeden z dalších důvodů stahování neautorizovaných audiovizuálních obsahů byla často uváděna neznalost, resp. neviditelnost oficiálních distribučních služeb na internetu: „Řekla bych, že těch legálních online filmoték je prostě málo nebo že nejsou viditelné pořádně, že by to chtělo, aby to bylo nějak jednoduše dostupné.“ (Marta, 41) Výhody nelegálních distribučních sítí audiovizuálních obsahů spočívají podle informantů v aktuálnosti nabídky, její instantní, jednoduché a pohodlné dostupnosti, která není geograficky omezená, není svázána s typem recepčního média a je komplexnější v porovnání s nabídkou legální distribuce.²⁹⁾

29) Sesbíraná data neumožňují činit relevantní závěry o příčinách nedostatečné flexibility oficiálních distribučních systémů digitalizovaných populárních obsahů v ČR. Nicméně současné zahraniční studie obchodních modelů mediálního průmyslu v EU ukazují, že fragmentace, neaktuálnost a neúplnost nabídky audiovizuálních obsahů je způsobena zastaralým modelem, který využívá sekvenčního distribučního řetězce, který byl uzpůsoben šíření obsahu prostřednictvím analogových médií, nad nimiž bylo možné vykonávat efektivní kontrolu. Srov. Paul Stepan, *Urheberrecht und Digitalisierung: Eine Zwischenbilanz. Wirtschaft und Gesellschaft* 39, 2013, č. 3, s. 405–420; Gregor Langus – Damien Neven – Sophie Poukens, *Economic Analysis of the Territoriality of the Making Available Right in the EU*. Brussels: European Commission 2014; IRIS, *Territoriality and Its Impact on the Financing of Audiovisual Works*. Strasbourg: European Audiovisual Observatory 2015. Digitalizace ovšem v současnosti ohrožuje tradiční způsob distribuce filmových děl, protože umožňuje oddělení obsahu od jeho materiálního nosiče, a tím na jedné straně usnadňuje a urychluje jeho přenos, ale na druhé straně ztěžuje kontrolu nad jeho šířením. Digitalizovaná autorská díla mají v současnosti povahu veřejných statků: Jejich spotřeba je nedělitelná, tj. užití statku jedním spotřebitelem neumenšuje jeho užitnou hodnotu pro jiného spotřebitele, a nevylučitelná, tj. majitel statku může jen velmi obtížně zamezit jejich spotřebě jinými uživateli či tuto spotřebu účinně zpoplatnit. Ačkoliv tedy sekvenční model distribuce audiovizuálních obsahů — podporovaný teritorialitou autorského zákona — umožňuje producentům a distributorům maximalizovat zisk prostřednictvím časoprostorové segmentace trhu, v podmínkách postupující digitalizace médií a proměny spotřebních návyků nedokáže uspokojit jejich potřeby publika. Čím delší jsou časové úseky mezi distribučními sekvencemi, tím vyšší je proto poptávka po nelegálních obsazích, které jsou dostupné globálně, instantně a v krátké reakční době od doby vydání díla a nejsou vázané na určitý typ média či státní území. Srov. Brett Danner – Joel Waldfogel, *Reel Piracy: The Effect of Online Film Piracy on International Box Office Sales. Social Science Research Network*, 16. 1. 2012. Online: <<https://www.enriquedans.com/wp-content/uploads/2012/02/Effect-of-Online-Film-Piracy-on-International-Box-Office-Sales.pdf>>, [cit. 6. 10. 2016].

Požizování neautorizovaných obsahů nelze tudíž spojovat výhradně se snahou spotřebitelů o minimalizaci vlastních finančních nákladů, ale především s neuspokojivou distribucí kulturních obsahů prostřednictvím oficiálních mediálních služeb v ČR. Někteří respondenti proto také volí možnost předplacených nelegálních distribučních kanálů (např. Ulož.to), které reagují na spotřebitelskou poptávku pružněji než oficiální distribuční sítě, a to především při pořizování filmů a televizních seriálů:

Na Ulož.to jsem si založila účet, protože mě už nebavilo čekat dlouhé minuty a někdy i hodiny, než se mi stáhne film nebo soubor, který si zrovna přeju dostat do počítače. Radši si zaplatím něco kolem 100 až 200 korun za kredit, který mi vystačí víc než na měsíc a někdy i více, podle toho, kolik stahuju. (Maryna, 52)

Závěr, že motivace informantů ke stahování nelze redukovat pouze na jejich ekonomickou rozvahu, potvrzují také data týkající se volby způsobu a důvodů pořizování videoher, beletrie a počítačového softwaru. Uživatelé operačních systémů upřednostňovali jejich nákup před stažením kvůli kontinuální technické podpoře při užívání programu:

Tak operační systém se snažím mít samozřejmě legální, už z toho důvodu, aby bylo možné provádět upgrady, mít vlastně ten systém zabezpečený a využívat třeba i servis, jo, poradenství a tak dále. (Milan, 61)

Hráči počítačových her upřednostňovali nákup originální hry kvůli hraní na internetu, které neautorizovaná kopie hry neumožňuje:

U těch počítačových her jsem taky změnil strategii, to můžu říct, že v minulosti jsem jenom stahoval a teďka, poslední dobou, už ... třeba jsem si normálně koupil GTAčko pětku, vím, že to hraju přes internet, takže jsem si to samozřejmě koupil i k tomu účelu. (Jaroslav, 26)

Čtenáři knih pak dávali přednost nákupu papírových knih před jejich stažením především proto, že četba papírové knihy je pro ně pohodlnější a kopírování papírové knihy není pro ně pohodlnějším a rychlejším způsobem získání požadovaného textu nežli jeho nákup:

Protože mám ráda vlastně tu psanou tvorbu, nemám ráda ... nemůžu zaprvé do toho počítače ani do toho telefonu, nevydržím s očima dlouho číst, tak radši tu ... když mám něco hmatatelného v ruce, tak je to mnohem lepší. Knížky kupuju skoro furt (smích). (Petra, 24)

Analýza důvodů pro volbu distribučního kanálu odhalil jako hlavní motiv uživatelské pohodlí, tj. potřebu pohodlného a jednoduchého přístupu k požadovanému obsahu, která zahrnuje řadu dalších podřazených motivací: přehlednost a dostupnost nabídky, její aktuálnost a šířku, technickou dostupnost a obeznámenost s distribučním kanálem, informovanost o distribučním kanálu, volnost při konzumaci nabízeného obsahu zahrnující například u audiovizuálních děl možnost volby titulků, společenského kontextu, doby

a místa konzumace. Tato hlavní spotřebitelská motivace vysvětluje na jedné straně odklon uživatelů populárních obsahů nejen od televize jako tradičního lineárního média, ale také od legálních nelineárních distribučních kanálů, jakými jsou kino, prodej fyzických nosičů či v ČR se teprve pozvolna rozvíjející mediální audiovizuální služby na vyžádání s omezenou nabídkou, a vysvětluje na druhé straně jejich příklon k nelegálním online distribučním kanálům. Druhotnými motivy ovlivňujícími volbu distribučního kanálu jsou ekonomické náklady, které ovšem u většiny respondentů nehrají klíčovou úlohu a často jsou podřízeny kategorii pohodlí, která má na chování spotřebitelů podle jejich vlastního vyjádření mnohem silnější vliv než zákonná regulace šíření a užívání autorských děl.

Stahování jako sociální norma

Bylo by rovněž chybou, pokud bychom se domnívali, že informanti k pořizování neautorizovaných audiovizuálních obsahů vedou jejich špatné povahové vlastnosti, či dokonce revolta proti korporátnímu mediálnímu průmyslu a kapitalistickému tržnímu systému. Stahování je informanty jednoduše vyhodnoceno jako nejjednodušší způsob uspokojení jejich kulturních potřeb, resp. jako nejvhodnější způsob maximalizace užitné hodnoty a minimalizace transakčních nákladů v nejširším slova smyslu. Výzkumná data rovněž nepotvrzují domněnku, že by informanti, kteří audiovizuální obsahy stahují, byli patologickými nonkonformisty, kteří vědomě porušují sociální normy. V naprosté většině případů se naši informanti naopak domnívají, že když stahují, tak jednají v souladu se sociální normou. Stahování považují za zcela běžný a normální způsob pořizování digitálního obsahu.

Společenskou konformitu účastníků výzkumu nepřímo potvrzují i jejich odpovědi na otázky, jak se chovají v každodenních situacích, které by pro ně mohly představovat etická dilemata: třídění odpadu; vrácení peněz číšníkovi či prodavače, kteří se při platbě zmýlili; placení parkovného; jízda na červenou; jízda bez platného lístku prostředkem hromadné veřejné dopravy apod. Většina informantů podle vlastních slov jedná v daných situacích eticky — třídí odpad, upozorní číšníka či prodavačku na chybu, platí parkovné a nejedná na červenou. V souvislosti našeho výzkumu není důležité, zda informanti ve skutečnosti jednají opravdu v souladu s tou či onou sociální normou, či zda tvrdí, že tak jednají proto, aby vyhověli jimi v rozhovoru anticipované normě. Důležité je, že etickou reakci či jednání v souladu se sociální normou či zákonnou regulací považují za správné či normální jednání. Jak je tedy možné, že se stejní informanti otevřeně hlásí k tomu, že stahují neautorizované digitální obsahy? Jak je možné, že tito „dobří“ lidé porušují autorský zákon a dopouští se protiprávního jednání?

Výzkumná data ukazují, že jedním z důvodů je nejasnost samotného zákona, resp. jeho nejasný výklad, který se na straně běžných uživatelů internetu odráží v jeho povrchní či nedostatečné znalosti. Mnozí z nich se například domnívají, že „zákon umožňuje stahování pro vlastní potřebu“ (Martin, 29).³⁰⁾ Někteří z informantů měli problém rozlišit

30) Podle českého práva je legální stažení neautorizované kopie pro vlastní potřebu, pokud „užití díla není v rozporu s běžným způsobem užití díla a ani jím nejsou nepřiměřeně dotčeny oprávněné zájmy autora“. Viz

mezi legálním a nelegálním zdrojem obsahu: „O sdílení si ale myslím, že není správný. V podstatě by to nemělo být na těch serverech. Jak mám vědět, že to není kradený.“ (Marie, 67) Například Daniela — stahující filmy z nelegálního zdroje prostřednictvím předplaceného kreditu — byla přesvědčena o tom, že pokud za stažený obsah na internetu platí, musí se jednat o legálně šířený obsah: „Myslím, že pokud si to [předplacený kredit služby Ulož.to] zaplatím, tak je to legální. Podmínky Ulož.to tím neporušuju a můžu si v klidu stahovat, co chci.“ (Daniela, 20)

Požadavek zákona na zjevnost oprávněného, resp. poctivého zdroje z hlediska běžného člověka a jeho rozumu při vynaložení běžné opatrnosti³¹⁾ klade na tyto informanty zřejmě příliš vysoké nároky. Pro některé informanty nebyl však rozdíl mezi legálním a nelegálním internetovým zdrojem dat vůbec důležitý: „Podívej, je mi celkem jedno, jestli to je legálně, nebo ilegálně nahrané.“ (Jiří, 24) Převažujícími důvody, proč spotřebitelé opomíjejí či porušují zákonné normy pro distribuci a spotřebu kulturních obsahů, jsou lhostejnost, neznalost zákona či domněnka, že pořízení neautorizované kopie díla pro osobní potřebu je v souladu se zákonem.

Hlavní důvod, proč informanti nereflektují zákon, nicméně spočívá v tom, že stahování neautorizovaného obsahu považují jednoduše za normální a běžnou součást spotřeby požadovaného populárního obsahu. „Normálnost“ stahování se v jejich odpovědích projevuje tím, že je vnímáno jako neformální a implicitně sdílené pravidlo pro pořizování audiovizuálního obsahu na internetu: „Stahování považuji za zcela běžnou věc, jako když si jdu koupit noviny do stánku.“ (Jakub, 24) Jinak řečeno, normalita stahování spočívá jednoduše v tom, že se jedná o sociální normu. U některých starších a technicky méně zdatných respondentů se tato normalita a nízká reflektivita ve vztahu k legálnosti či legitimitě získávání obsahů z nelegálních zdrojů projevovala tím, že o stažení většinou požádají technicky zdatnější rodinné příslušníky: „Když se chci kouknout na nějaké no-

AutZ, § 29, odst. 1. Právní názory na legitimitu stahování obsahů z nelegálních zdrojů se v ČR ovšem různí. Na jedné straně ochránci majetkových práv autorů tvrdí, že stahování filmů z internetu, a to především stahování ze služeb jako P2P sítě, datová úložiště a FTP servery, není podle české legislativy užitím díla pro osobní potřebu, neboť uživatelé stahují díla přímo z nelegálního zdroje v přímé závislosti na protiprávním jednání jiných osob, které díla bez souhlasu nositelů práv neoprávněně užívají, resp. sdílejí. Uživatel stahující film z nelegálního zdroje podle této právní interpretace vstupuje do hospodářské soutěže s normálním ekonomickým využíváním díla a způsobuje autorovi neodůvodněnou ztrátu příjmů. Srov. Česká protipirátská unie, *Lze stahování filmů z internetu považovat za užití pro osobní potřebu?* Online: <<http://www.cpuofilm.cz/faq.html#4>>, [cit. 20. 11. 2016]. Na druhé straně právní odborníci namítají, že není zřejmé, do jaké míry lze po uživateli v praxi požadovat, aby ověřoval legálnost zdroje, ze kterého daný obsah stahuje. Kromě toho právní povaha zdroje rozmnoženiny jako taková nehraje v českém právním řádu při posuzování dovolenosti stahování žádnou roli. Skutečnost, že uživatel pořídil rozmnoženinu díla chráněného autorským právem z nelegálního zdroje, proto v právním systému ČR automaticky neznamená porušení autorského práva. Podmínku, že dovolené pořízení kopie díla pro osobní potřebu nesmí být v rozporu s běžným způsobem užití díla, omezující výjimku z exkluzivního autorského práva na rozmnožování díla nelze přitom chápat zjednodušeně, protože z exkluzivní povahy autorských práv automaticky vyplývá, že každé neautorizované užití díla je v rozporu s jeho běžným užitím. Zdali je tato podmínka splněna, je třeba rozhodnout teprve na základě zkoumání konkrétních ekonomických účinků zhotovení kopie pro osobní potřebu na relevantním trhu. Viz např. Usnesení Nejvyššího soudu České republiky ze dne 25. 3. 2009, sp. zn. 5 Tdo 234/2009; Matěj Myska, *Limity rozmnoženiny pro osobní potřebu*. In: Radovan Dávid – David Sehnálek – Jiří Valdhan s (eds.), *Dny práva*. Brno: Masarykova univerzita 2010. Online: <[http://dvp.sehnaelek.cz/files/prispevky/05_obcan/Myska_Matej_\(4799\).pdf](http://dvp.sehnaelek.cz/files/prispevky/05_obcan/Myska_Matej_(4799).pdf)>, [cit. 20. 11. 2016].

31) Zákon č. 40/1964 Sb., občanský zákoník (ObčZ), § 4, odst. 1.

vej film, o kterém si někde něco přečtu a zaujmě mě, tak řeknu synovi, ať mi ho stáhne.“ (Aneta, 62)

Pro bližší charakteristiku této normy lze využít typologii sociálních norem, kterou vypracoval Robert Cialdini.³²⁾ Cialdini rozlišuje mezi injunktivními a deskriptivními normami na základě jejich odlišného zdroje a účinku na jednání sociálních aktérů. Zatímco injunktivní norma se utváří na základě aktérova názoru, jak by měl podle významných druhých (rodina, vrstevníci, spolupracovníci, známí a osobní autority) jednat, deskriptivní norma se ustavuje na základě aktérova názoru, jak se ostatní lidé — především ti, kteří patří k referenční skupině aktéra — v dané situaci chovají. Aktéři podle Cialdiniho jednají v souladu s injunktivními normami na základě jejich internalizace či z obavy z následných sankcí. Deskriptivní normy jsou pak pro jednání aktérů určující proto, že jim poskytují návod, jaké jednání je v dané situaci náležité. Zatímco injunktivní normy jsou explicitně artikulovanými požadavky a nároky prosazovanými určitou skupinou aktérů či většinou populace, deskriptivní normy odrážejí určitou pravidelnost v jednání aktérů, které je natolik konzistentní a rozšířené, že formuje implicitní pravidla pro jejich chování. Z odpovědí našich informantů jednoznačně vyplývá, že norma pro kopírování audiovizuálního obsahu na internetu je normou deskriptivní:

Stahování mi přijde normální ... normální asi proto, že je to jakoby akceptované tou společností. Jde hodně o ten sociální aspekt, protože krádež v obchodě je sociálně samozřejmě neakceptovatelná aktivita, za kterou tě odsoudí, kdežto tohle společnost úplně začlenila do svých běžných činností ... je to něco úplně normálního, o čem se normálně bavíme, třeba: „Viděl jsi to? Jo, stáhl jsem si to a půjčím ti to, kdežto kdyby někdo řekl „Viděl jsi ten nový film, co teďka vyšel na DVDčku? Jo, ukradl jsem ho v obchodě“, tak to samozřejmě vůbec nepřichází v úvahu. (Petra, 24)

Stahování představuje pro informanty zcela běžný a nereflektovaný způsob pořizování požadovaného obsahu. Automatismus této normy pramení v přesvědčení informantů, že se jedná o společensky rozšířený a běžný způsob, jakým je v současnosti pořizován audiovizuální obsah: „V dnešní době je stahování masové a naprosto běžné a od těch 15, 16 let, co já si pamatuju, to v podstatě považuju za úplně běžnou součást každodenního života.“ (Katarina, 30)

O normálnosti a běžnosti stahování svědčí rovněž skutečnost, že při něm informanti nezažívají podle vlastních slov žádné zvláštní emocionální pohnutí. Jedná se o běžnou rutininní praxi bez valenčně zabarvených — ať už negativních či pozitivních — doprovodných pocitů. Pokud se vůbec nějaké pocity dostavují, jsou jimi radost ze staženého obsahu a možnosti následného zhlédnutí či vděk vůči anonymní osobě, která požadovaný obsah sdílí: „Stahování je pro mě tak familiérní, jako když jdu na stránky Google ... takže to ve mně nevyvolává žádné pocity. V tu chvíli se spíš těším na ten výsledek, až si to pustím.“ (Katarina, 30)

32) Robert Cialdini – Carl Kallgren – Raymond Reno, A Focus Theory of Normative Conduct: A Theoretical Refinement and Reevaluation of the Role of Norms in Human Behavior. *Advances in Experimental Social Psychology* 24, 1991, s. 201–234.

Lze proto uzavřít, že důvodem slabého vlivu právní regulace na chování spotřebitelů je její neznalost či rozšířená interpretace, že pořizování obsahu nabízeného na internetu pro vlastní potřebu není podle české legislativy v rozporu se zákonem. Kromě toho u části respondentů, kteří reflektovali napětí mezi jejich spotřební praxí a zákonem, převažovala lhostejnost či jeho ironické zlehčování. Analýza nelegálních distribučních praktik ovšem odhalila, že vliv zákona je v první řadě neutralizován faktem, že pořizování digitálního obsahu z nelegálních zdrojů na internetu se pro spotřebitele stalo běžnou spotřebitelskou praxí, která má status deskriptivní a často i nereflektované sociální normy.

Výše uvedená zjištění mají důležité implikace pro veřejnou politiku informačních kampaní, jejichž cílem je odradit spotřebitele od pořizování populárních obsahů z nelegálních zdrojů a prosazovat určité injunktivní normy pro kopírování digitálních obsahů. Tyto kampaně mohou mít totiž nezamýšlený opačný důsledek, pokud způsobí, že jejich adresáti si začnou myslet, že podle těchto norem jedná jen velmi malý počet lidí, protože v opačném případě by je nebylo třeba prosazovat prostřednictvím marketingových kampaní, a tudíž dojde k posílení normativnosti — skutečně či domněle — obecně rozšířeného vzorce chování.

Zákonné regulace či reklamní kampaně typu „Filmy nejsou zadarmo“ nemusí být proto dostatečně účinným nástrojem pro změnu spotřební praxe digitalizovaných autorských děl, pokud nebudou v souladu či nebudou podpořeny dalšími kontextuálními faktory, mezi které patří v první řadě legální nabídka kulturních obsahů uspokojující potřeby publika, pro které je určující potřeba pohodlného přístupu k požadovanému obsahu, a v druhé řadě internalizované etické normy pro kopírování digitálních obsahů (např. pocit férovosti ve vztahu k obchodním modelům kulturních průmyslů či redukce sociální distance mezi majiteli autorského práva a spotřebiteli), jejichž analýze je věnován následující oddíl.

Etika stahování

Z rozhovorů s informanty vyplynulo, že stahování populárních (především audiovizuálních) obsahů je pro ně zcela běžnou a normální spotřební praxí, která není předmětem hlubší reflexe či etické rozvahy. Například na přirovnání mezi stažením obsahu a krádeží zboží v kamenném obchodě reagovali informanti překvapeně, často neměli po ruce koherentní odpověď, popř. analogii intuitivně odmítli, ale nedokázali své odmítnutí dostatečně zdůvodnit. Je-li informantům doporučen nějaký audiovizuální produkt, jednou z prvních a zcela běžných reakcí je, že si ho vyhledají na internetu a stáhnou za účelem zhlédnutí či poslechu.

Je tedy pořizování — povětšinou neautorizovaných — online obsahů zcela instrumentální volbou zohledňující pouze textuální (atraktivita obsahu, jeho aktuálnost atd.) a bezprostřední kontextuální aspekty pořizovaného média (snadná uživatelská přístupnost obsahu, nízká či nulová cena) a opomíjející širší kontext spotřeby zastoupený zákonem a etickými normami? Navzdory nízké reflektivě dotazovaných informantů ve vztahu k pořizování nelegálně šířených obsahů lze v jejich odpovědích zaznamenat několik implicitních morálních intuicí, které vyplynuly na povrch tehdy, když byli explicitně konfron-

tování s odlišnými názory na legitimitu stahování a sdílení neautorizovaných kopií děl a modelovými scénáři.

(1) Účastníci výzkumu rozlišují mezi stahováním neautorizovaného online obsahu pro vlastní potřebu a stahováním za účelem jeho dalšího prodeje a finančního výdělku. Přičemž komerční stahování odsuzují: „Jako normální člověk, když stahuje, tak ujde zisk tomu tvůrci, ale když na tom začne ještě vydělávat, tak to už je špatně.“ (Josef, 23) Jinak řečeno, informanti považují pořízení neautorizované kopie díla kvůli navýšení směnné hodnoty, nikoli kvůli jeho užité hodnotě, za eticky závadné, a dokonce je označují za „krádež“, tj. obohacení na úkor oprávněného finančního zisku autora. Informanti zároveň odmítají přirovnání stahování pro vlastní potřebu ke krádeži, i když je někteří z nich vnímají jako eticky problematické, nicméně v porovnání s komerčním stahováním jako relativně nezávadné.

(2) Pokud informanti mají pozitivní vztah k tvůrci obsahu, ať už na základě osobní známosti či obliby jeho tvorby, pak jsou také spíše ochotni volit finančně nákladnější a časově náročnější způsob pořizování jeho produkce. Například jsou ochotni zakoupit DVD namísto nelegálního stažení digitální kopie:

Ale zase přes to iTunes si třeba koupím CDčko nebo nějakého hudebníka, který teda, jednak je opět složité ho někde stáhnout a ten druhý argument, který je pro mě silný, že třeba opravdu chci toho hudebníka podpořit. Jako třeba Madonnu, jako to neposlouchám, ale to je příklad, že třeba takový mainstream, jako je Madonna a podobně, kteří opravdu vydělávají spoustu peněz, tak tam mě prostě není líto to stáhnout, protože vím, že i když je to nemorální, tak vím, že když jim to CDčko jakoby takhle ukradnu online, tak že je to určitě nepoškodí a nezruinuje to jejich nějaké živobytí. Ale kdežto, když je to nějaká třeba menší kapela nebo nějaký hudebník, nevím, alternativní, menší, český, tak vím, že když si koupím jeho CDčko za tři stovky, tak ho to třeba podpoří a má to větší smysl. Takže tak. (Katarina, 30)

Tento postoj je u informantů povětšinou spjat s lokální alternativní hudební či filmovou produkcí, kde je sociální a geografická vzdálenost minimalizována, a často je artikulován v opozici vůči globálnímu hudebnímu a audiovizuálnímu průmyslu.

(3) Bez ohledu na to, jaký osobní vztah mají informanti k autorovi díla, téměř všichni implicitně zastávají pracovní teorii hodnoty. Uznávají, že umělci vzniká vlastnický nárok na vytvořené dílo, protože vzniklo prostřednictvím jeho pracovního úsilí, resp. tvůrce vytvořil hodnotu, která předtím neexistovala: „Když na tom odvedu tu práci, tak přece je to moje vlastnictví, něco vyrobím. To je stejné jako s jakoukoliv jinou věcí, takže když to někdo chce ode mě koupit, tak by za to měl platit.“ (Marta, 41) Přiznání vlastnictví vytvořeného objektu jeho autorovi vysvětluje etické výhrady informantů vůči neautorizovanému šíření díla za účelem finančního zisku. Informanti je považují za nesprávné, protože může způsobovat autorovi újmu na oprávněném zisku z prodeje díla.

Vyplývá z výše uvedených zjištění závěr, že informanti stahující online obsahy z nelegálních zdrojů jsou neetičtí a ve svých výpovědích nekoherentní? Na jedné straně je stahování neautorizovaného obsahu pro ně zcela normálním způsobem pořizování obsahu, na straně druhé ale uznávají, že stahování je nesprávné v tom smyslu, že může způsobovat

finanční škodu tvůrci obsahu. Na rozpor mezi svým jednáním a morální intuicí někteří informanti reagují argumentem, že stahovaný obsah by si za jiných okolností nepořídili (nezakoupili), a tudíž žádnou škodu potenciálnímu zisku náležejícímu tvůrci nezpůsobují:

Já osobně, když něco stáhnou tak pro sebe, ale jak pořád říkám, já stejně do kina nepůjdu, takže u mě stejně na tom nikdo neztratí, jo, že jednou se to objeví v televizi za rok za dva a stejně bych to viděl, když bych ho nestáhl, tak prostě nestáhl. Prostě mě to, na mně neprodělá, si myslím teda, výrobce toho filmu. (Jaroslav, 26)

Jiní informanti na rozporuplnost svého jednání a přesvědčení reagují zaujetím sebe-ironizujícího postoje:

T: Sdílíš stažené filmy dál?

R: Tak jen když jsem na těch torrentech, jinak pak už ne. Ale to je jen kvůli té technologii. Budu mít asi nový notebook, tak tam okamžitě torrenty rozjedu a budu zase šířit zlo [pobaveně].

T: Proč právě zlo?

R: Ty mě chytáš za slovo. Protože vlastně to pouštění dál je takový malý podraz na tu produkci.

Většina informantů volí ovšem instrumentálně jednodušší a méně nákladnější způsob pořízení neautorizované digitální kopie díla, aniž by měla potřebu obhajovat a vysvětlovat nesoulad svého jednání s implicitně zastávanou morální intuicí.

(4) U informantů je patrná větší ochota podpořit výrobce díla jeho zakoupením, pokud je dané dílo předmětem vícenásobné spotřeby (software, hudba). U děl jednorázové spotřeby (filmy, televizní seriály) je patrná neochota investovat do zakoupení díla za stávající tržní ceny. Například Martin (29) v souladu s logikou morální ekonomie³³⁾ předkládá následující výpočet směnné hodnoty výrobku:

Hele, kdybych to měl počítat na užitnou hodnotu tomu člověku, tak ten film vidím jednou dvakrát a ten program používám tolikrát, kdybych to měl zprůměrovat a vydělit tím číslem, tak podle toho, jakou to má užitnou hodnotu, tak takovou by to mělo mít normální hodnotu.

Informanti totiž pokládají tržní ceny filmů a televizních seriálů v porovnání s cenami „trvanlivějších“ kulturních forem a „jedinečných“ událostí, jakými jsou návštěva kina či koncertu, za neúměrně vysoké, a tudíž za nespravedlivé:

33) Roger Silverstone – Eric Hirsch – David Morley, Information and Communication Technologies and the Moral Economy of the Household. In: Roger Silverstone – Eric Hirsch (eds.), *Consuming Technologies: Media and Information in Domestic Spaces*, London: Routledge 1992, s. 15–31.

Je mi líto dávat peníze za něco, co se mi třeba nebude líbit, ale prostě, já nevím, půjdu do kina, bude se mi tam líbit ten film tolik, že ho prostě budu chtít vidět třeba i tisíckrát znova, tak si ho půjdu koupit, prostě. (Josef, 23)

(5) U některých informantů byla patrná nedůvěra vůči distribučním společnostem či kolektivním správcům práv, kteří podle nich fakticky připravují umělce o jejich zasloužený zisk a brání volnému šíření informací ve společnosti. Jeden z informantů naléhavým tónem hlasu vysvětluje svou nedůvěru:

Já když už teda chci odměnit práci, tak ji chci dát někomu, kdo tu práci odvedl. Nepotřebuju to dávat nějakému Ochránnému svazu (OSA). On nemá žádnou zásluhu na tom díle absolutně a stejně z toho jakoby rýžuje. To oni jsou ti zloději, to oni kradou těm umělcům, ne my, ale oni kradou těm umělcům nejvíc. (Jakub, 24)

Lze výše uvedená vyjádření informantů konceptualizovat jako legitimizační strategie vlastního eticky závadného jednání či jako neutralizační strategie implicitně pocítovaného provinění?³⁴⁾ Tato interpretace je neslučitelná jednak s výzkumnými daty a jednak s metodologií výzkumu. Nikdo z informantů neměl potřebu své jednání, resp. stahování neautorizovaných obsahů, které by považoval za neetické či společensky nepřijatelné, v rozhovoru omlouvat či ospravedlňovat. Kromě toho je z metodologického hlediska vedení kvalitativního výzkumu nepřijatelné připisovat informantům záměry, které z jejich odpovědí nijak nevyplývají. Koneckonců naprostá většina účastníků výzkumu na stahování neautorizovaného obsahu nespárovala nic problematického a neměla potřebu toto své spotřební chování reflektovat či vysvětlovat.

Závěr

Kvantitativní výzkum četnosti a distribuce diváckých praktik v České republice ukazuje, že spotřebitelé audiovizuálních obsahů postupně přecházejí od kontinuálního televizního média k nekontinuálním a selektivním diváckým praktikám spjatým s užíváním nových digitálních médií, a to navzdory skutečnosti, že televize v ČR nadále zaujímá výsadní postavení mezi audiovizuálními médii.³⁵⁾ Realizovaný kvalitativní výzkum ukázal, že tento postupně sílící přechod je doprovázen absencí bližšího povědomí o autorskoprávní ochraně audiovizuálních děl (ale nejen jich) dostupných na internetu. Kvalitativní výzkum dále ukázal, že stahování audiovizuálních obsahů je spotřebiteli považováno za zcela běžný a reflektivně nezatížený způsob získávání požadovaného obsahu. Tato spotřební praxe má status deskriptivní normy zakládající svou normativnost v přesvědčení informantů, že daná praxe se těší široké přijatelnosti mezi ostatními spotřebiteli.

Výzkum dále ukázal, že střet mezi jednáním a zákonnou normou nelze redukovat pouze na střet mezi neetickými spotřebiteli na jedné straně a autorským zákonem na straně

34) Více k tomu viz např. J. Ingram – S. Hinduja, *Neutralizing Music Piracy*, c. d.

35) J. Macěk a kol., *Old and New Media in Everyday Life of Czech Audiences*, c. d.

druhé či vykládat spotřební praxi informantů po vzoru neutralizačních či legitimizujících praktik společensky deviantního jednání. Rovněž nelze praxi pořizování nelegálně distribuovaných obsahů pojímat jako reflektovaný opoziční postoj vůči korporátnímu mediálnímu průmyslu. Tato spotřební praxe se odehrává v kontextu, který je tvořen volbou typu mediálního rozhraní pro recepci požadovaného obsahu a dalšími instrumentálními ohledy, jakými jsou potřeba kontroly nad časovostí recepce, morální ekonomie spotřebitelů, omezený systém mediální distribuce příslušných obsahů a pragmatická potřeba spotřebitelů dělat věci jednoduchým a efektivním způsobem.

V perspektivě realizovaného výzkumu se internetové pirátství ukazuje jako součást postupné proměny mediální krajiny a diváckých praktik v ČR. Fenomén internetového pirátství v ČR je proto třeba vnímat v širší perspektivě jako výsledek pragmatické volby, která je spíše než negativními povahovými vlastnostmi spotřebitelů podmíněna špatnou distribuční nabídkou audiovizuálních obsahů, která nedokáže flexibilně reagovat na potřeby uživatelů a změny diváckých praktik v souvislosti s rozvojem digitálních technologií. Potřebu cenově přijatelnější, pohodlnější, kvalitnější a v očích spotřebitelů férovější distribuční služby nabízející audiovizuální digitální obsahy a tím i vybalancování ekonomických zájmů tvůrců na jedné straně a zájmů spotřebitelů na straně druhé výstižně vyjádřil jeden z informantů:

Chápu to, že nějaká ochrana těch autorů, ale myslím si, že kdyby ... já kdybych byl autor a nabízel v takovém měřítku takový produkt, ať už se jedná o hru, hudbu, film, nebo cokoli, co sdílím na internetu nebo nabízím i k prodeji, tak asi bych ocenil, kdyby si to třeba 9 lidí z 10 koupilo byt' za nějakou směšnou zkušební cenu, a potom část z nich mi to zaplatilo za plno, než aby si to jeden koupil a devět si to prostě posťahovalo nějak načerno. Jo, věřím, že mezi tím je nějaká střední cesta, která nemusí jít skrze nějaký tvrdý, jak to říct, zásah z jedné nebo druhé strany. (Michal, 28)

Navzdory slabému právnímu vědomí nebo spíše právě kvůli němu a navzdory instrumentálním motivům ke stahování disponují spotřebitelé implicitními hodnotícími kritérii pro odlišení legitimní a nelegitimní kopie díla. Informanty sdílené sociální normy regulující stahování online obsahu se nicméně liší od právních předpisů. Přesto je lze považovat za etické, protože umožňují aktérům artikulovat představu o tom, které spotřební praktiky jsou správné, a které naopak nesprávné. Informanti přiznávají autorovi vlastnické právo na jím vytvořený objekt a nárok na kompenzaci za investovaný čas, úsilí a kreativitu, přestože jejich představy o těchto právech přímo nekorrespondují s autorským zákonem. Rovněž rozlišují mezi eticky nepřijatelným stahováním či sdílením neautorizovaného obsahu na internetu za účelem komerčního zisku, které poškozují práva a zájmy autora, a přijatelným stahováním obsahu pro vlastní potřebu.

Výsledky výzkumu mají explorační povahu. Navazující výzkumy prohlubující porozumění dílčím aspektům výše tematizované komplexní problematiky by se v budoucnosti měly zaměřit především na 1) detailnější kvalitativní popis a klasifikaci nelegálních spotřebních praxí, popř. na kvantitativní výzkum jejich zastoupení v české populaci ve vztahu k příslušnému typu konzumovaného obsahu; 2) deskriptivní výzkum etických zásad spotřebního chování v kontextu širšího porozumění žité praxi a hodnotové orientaci spotře-

bitelů; 3) výzkum obchodních a distribučních modelů ve vztahu k rozmanitým typům populárních obsahů a médií a jejich vliv na spotřební chování příslušného publika; 4) výzkum porozumění a reflexe zákonných opatření regulující distribuci a spotřebu autorskoprávně chráněných obsahů v ČR ze strany nejen jejich spotřebitelů, ale také tvůrců (majitelů práv) a distributorů; 5) komplexní výzkum postojů, zájmů a praxí aktérů kulturního pole (tvůrců, kolektivních správců práv, distributorů a spotřebitelů) k produkci, distribuci a spotřebě autorských děl v digitální ekonomice, který může sloužit jako informační báze pro reflektivně vyvážený návrh normativních (etických) pravidel pro šíření a kopírování digitálních obsahů.

Citované filmy:

Star Wars: Epizoda I — Skrytá hrozba (Star Wars: Episode I — The Phantom Menace; George Lucas, 1999), *Star Wars: Epizoda II — Klony útočí* (Star Wars: Episode II — Attack of the Clones; George Lucas, 2002), *Star Wars: Epizoda III — Pomsta Sithů* (Star Wars: Episode III — Revenge of the Sith; George Lucas, 2005), *Star Wars: Epizoda IV — Nová naděje* (Star Wars: Episode IV — A New Hope, 1977; George Lucas), *Star Wars: Epizoda V — Impérium vrací úder* (Star Wars: Episode V — The Empire Strikes Back; Irvin Kershner, 1980), *Star Wars: Epizoda VI — Návrat Jediho* (Star Wars: Episode VI — Return of the Jedi; Richard Marquand, 1983), *Star Wars: Síla se probouzí* (Star Wars: Episode VII — The Force Awakens; J. J. Abrams, 2015).

Mgr. Pavel Zahrádka, Ph.D. (1977)

vyučuje filozofii a sociologii na Univerzitě Palackého v Olomouci. V roce 2010–2011 vyučoval estetiku a teorii umění jako zastupující profesor na Münsterské univerzitě. V současnosti (2015–2017) vede mezinárodní výzkumný tým zabývající se etikou kopírování v Centru pro interdisciplinární výzkum (ZIF) v Bielefeldu a spolupracuje se Státním fondem kinematografie na analýze opatření Evropské komise pro zavedení jednotného digitálního trhu.

SUMMARY

The Ethics of Copying of Cultural Content
A Qualitative Study of Internet Piracy in the Czech Republic

Pavel Zahradka

The study summarizes the results of the qualitative research of consumer practices of simple Internet users regarding cultural (mainly audiovisual) content in the Czech Republic. The practice was explored in the context of changing consumption habits and needs of Czech audiences as a consequence of advancing digitalization of media. The study emphasizes the understanding of reasons behind the tendency of respondents to consume content from illegal sources and their reflection on the lawfulness and legitimacy of dissemination and consumption of illegally distributed content. The result of the study is a reconstruction of the ethics of copying that the "Internet pirates" implicitly adhere to.