



Η ΑΝΕΞΑΡΤΗΤΗ ΜΟΥΣΙΚΗ ΣΚΗΝΗ ΚΑΙ Η ΘΕΣΗ ΤΗΣ ΣΤΗ ΝΕΑ ΜΟΥΣΙΚΗ ΟΙΚΟΝΟΜΙΑ

Πλήθος καινοτομιών στον τεχνολογικό και οικονομικό τομέα ταρακουνούν τα θεμέλια, στα οποία στήθηκε η μουσική βιομηχανία του 20^{ου} αιώνα προκαλώντας αναταράξεις. Δέκα μόλις χρόνια μετά τα πρώτα .com, αρκετές κοινωνικές και οικονομικές ιεραρχίες, παραδόσεις και μονοπώλια της μουσικής βιομηχανίας αποδυναμώθηκαν ή και εξουδετερώθηκαν.

Αν θέλουμε να διεκδικήσουμε μια θέση στο νέο τοπίο θα πρέπει να προσαρμοστούμε στο νέο οικοσύστημα "Music 2.0" που στηρίζεται στην απανταχού παρουσία της μουσικής και όχι στην έλλειψή της. **Το "Music 2.0" είναι ένα οικοσύστημα βασισμένο στην αμοιβαία εμπιστοσύνη και όχι το φόβο. Ένα οικοσύστημα που η μουσική παρέχεται πρώτον ως υπηρεσία και δεύτερον ως προϊόν. Με άλλα λόγια, πρώτα εξασφαλίζεται η πρόσβαση του κοινού σε ότι το ενδιαφέρει και ύστερα ακολουθούν οι πωλήσεις.**

Σε μια εποχή που η ανάγκη για χρήση κάθε είδους μουσικής (music content) αυξάνεται με γεωμετρική πρόοδο πολλοί παραδοσιακοί οργανισμοί αποτυγχάνουν στο να τη καταστήσουν προσιτή στους ενδιαφερόμενους. Τα όποια αίτια -όχι κατά ανάγκη στην άμεση σφαίρα ευθύνης, δικαιοδοσίας ή επιρροής τους προς επίλυση- δεν απαλύνουν τον βαρύτατο αντίκτυπο που έχει στην αγορά και τους δημιουργούς η αδυναμία πρόσβασης των επιχειρήσεων και του κοινού στα μουσικά έργα.

Δεν είναι τυχαίο ότι πολλοί από τους ενδιαφερόμενους να ξεκινήσουν διαδικτυακές δραστηριότητες που περιλαμβάνουν τη χρήση μουσικής, απογοητεύονται από το υφιστάμενο καθεστώς αδειοδοτήσεων που δείχνει να μην διαθέτει κάποιο ξεκάθαρο και χρηστικά εύκολο τρόπο να τις παρέχει. Δείτε τι έγινε τα τελευταία χρόνια με τους σημερινούς κυρίαρχους του χώρου όπως οι myspace, youtube, last.fm κ.α. που, είτε δεν ασχολήθηκαν εξ αρχής ιδιαίτερα με το θέμα της εξασφάλισης αδειών, είτε το υφιστάμενο νομικό πλαίσιο δεν ξεκαθάριζε επαρκώς εάν και σε ποιες περιπτώσεις χρειάζονταν κάποια.

Η μουσική βιομηχανία απέτυχε παταγωδώς να ακολουθήσει τις εξελίξεις με αποτέλεσμα να ξεπεραστεί από αυτές και τώρα να σύρεται πίσω τους. Το χειρότερο από όλα είναι ότι **η άγνοια, η έλλειψη κατανόησης και η απροθυμία των ηγετών της μουσικής βιομηχανίας να ενστερνιστούν την αληθινή αλλαγή, επέτρεψαν τη σταδιακή εμπέδωση στη συνείδηση του κοινού -ιδιαίτερα του νεανικού- της άποψης ότι η πληρωμή για την απόκτηση μουσικής είναι προαιρετική!**

Ο Don Tapscott συγγραφέας του βιβλίου "Wikinomics" αναφερόμενος το 2006 αποτυπώνει με καυστικό τρόπο μια σκληρή πραγματικότητα: «**Οι χαμένοι έχτισαν καταστήματα ψηφιακής μουσικής και οι νικητές, μουσικές κοινότητες που σφύζουν από ζωή**». Την ώρα που οι νικητές είχαν την προσοχή όλων στραμμένη επάνω τους, οι χαμένοι ήσαν απασχολημένοι με την περιφρούρηση της πνευματικής ιδιοκτησίας.

Η εικόνα της δραματικότητας της μετάβασης από τη μια εποχή στην άλλη απεικονίζεται και στην αποτίμηση των μετοχών αντιπροσωπευτικών εκπροσώπων τους. Η μετοχή της Warner Music Group για παράδειγμα, έπεσε από τα \$30 στα \$14 σε λιγότερο από ένα χρόνο. Αντίστοιχα, η μετοχή της Google ανέβηκε από τα \$323 στα \$526 και της Apple από τα \$50 στα \$127.

ΜΙΑ ΓΕΥΣΗ ΑΠΟ ΕΝΑ ΠΟΛΥ ΚΟΝΤΙΝΟ ΜΕΛΛΟΝ:

1) Μέσα στους επόμενους 18 μήνες σε πολλά μεγάλα μουσικά κέντρα του κόσμου, ασύρματα ευρυζωνικά δίκτυα αλλά και εξειδικευμένα δίκτυα θα συνδέουν κάθε νοητή συσκευή με άλλες αλλά και με γιγάντιες αποθήκες ηλεκτρονικού περιεχομένου που θα περιέχουν όποιο τραγούδι, κιν/φικη ταινία και τηλεοπτικό show μπορείτε να φανταστείτε.

Εάν νομίζετε ότι η δυνατότητα μερισμού (sharing) μουσικών αρχείων βρίσκεται ήδη σε καλό επίπεδο, περιμένετε άλλα δύο χρόνια –θα είναι 100 φορές πιο γρήγορη και θα γίνεται από κάθε συσκευή (όχι μόνο από τους υπολογιστές). Πάνω από 3δισ. κινητά και 1δισ. συσκευές μουσικής θα συνδέονται διαρκώς μεταξύ τους. Η ασύρματη ευρυζωνική πρόσβαση και οι συσκευές θα γίνουν τόσο φθηνές και γρήγορες, που το μοίρασμα περιεχομένου θα γίνει απλή ρύθμιση προεπιλογής σε υψηλές ταχύτητες.

Ψάξε-Βρες,

Επέλεξε - Αντάλλαξε,

Κάνε Click και αγόρασε!

Ο καθένας θέλει να ακούει μουσική. Όλο και περισσότερη μουσική χρησιμοποιείται σε περισσότερες πλατφόρμες. Παρατηρούμε δηλαδή μία πρωτόγνωρη όρεξη και ανάγκη για μουσική. Η αναφορά στη μουσική θα συνεπάγεται εξ ορισμού την έννοια των πολυμέσων (μουσική, βίντεο, παιχνίδια, κείμενο κ.α.).

Πώς μπορεί η ανεξάρτητη μουσική σκηνή να αξιοποιήσει προς όφελός της τις εξελίξεις αυτές; Φυσικά με την εκχώρηση της άδειας γενικής χρήσης (blanket license) του ρεπερτορίου τους στα δίκτυα και τις συσκευές των παρόχων, που θα συνοδεύεται μάλιστα από πλήθος πρόσθετων παροχών οι οποίες θα καταστήσουν τις συμφωνίες δελεαστικές.

Δεκάδες χιλιάδες νέα κανάλια (τηλεόραση, online video και παιχνίδια) θα δημιουργηθούν μέσα στα επόμενα 2-3 χρόνια και φυσικά θα χρειαστούν μουσική που θα συνοδεύει την εικόνα. Εκατομμύρια τραγούδια θα συγχρονιστούν σε βίντεο προκαλώντας πιθανή έκρηξη στη συγκεκριμένη αγορά. Τα έσοδα από αδειοδοτήσεις μεταξύ επιχειρήσεων (B2B) δεν αποκλείεται να καταλήξουν να αποτελούν πάνω από το 50% του μελλοντικού εισοδήματος των δημιουργών. Η αναφορά στη μουσική θα συνεπάγεται εξ ορισμού την έννοια των πολυμέσων (μουσική, βίντεο, παιχνίδια, κείμενο κ.α.) Παρ' όλα αυτά, η αξιοποίηση των ευκαιριών δεν θα είναι δυνατή εάν δεν γίνει διαθέσιμο ένα ρεαλιστικό και αποδοτικό σύστημα αδειοδοτήσεων και συναλλαγών όπως αυτό της πρωτοβουλίας Merlin, ενός μη κερδοσκοπικού οργανισμού διεθνούς εμβέλειας για την αδειοδότηση ανεξάρτητου ρεπερτορίου στα νέα μέσα. Κάθε ευρώ που επενδύεται

σε καλύτερες διαδικασίες συνεργασίας μεταξύ των επιχειρήσεων θα αναπαράγει πολλαπλάσια για τους κατόχους δικαιωμάτων μουσικής.

Η μουσική σε μορφή συνεχούς ροής (streaming) ή κατ' απαίτηση (on demand) θα βρίσκεται παντού. Σε κάθε διαδικτυακό τόπο, εφαρμογή, συσκευή ή κινητό, θα υπάρχει μουσική υποστηριζόμενη από διαφημίσεις, χορηγίες και προμήθειες επί πωλήσεων. Τα εισοδήματα από τη δημόσια εκτέλεση σε διεθνές επίπεδο θα αυξηθούν υπό την προϋπόθεση ότι οι ανεξάρτητοι θα επιλέξουν να συμμετάσχουν, προσφέροντας ακαταμάχητες άδειες και προσφορές με αξιόπιστα standards. Τα έσοδα της BMI από \$630εκ. το 2003 ανήλθαν σε \$779 το 2006 – αποτέλεσμα καθόλου άσχημο εάν σκεφτούμε τη μεγάλη πτώση της μουσικής αγοράς ηχογραφημάτων κατά την ίδια περίοδο. **Άρα, εκείνο που φέρνει κέρδη δεν είναι ο αριθμός των ηχογραφημάτων αλλά η χρήση τους.**

Η σωστή χρήση μουσικής είναι το επόμενο μεγάλο μορμάτ που περιμέναμε. Τα «πλούσια μέσα» (π.χ. διαφημίσεις με μουσική, βίντεο, κινούμενα σχέδια κ.α.) θα αποτελέσουν το προεπιλεγμένο μορμάτ για την online διαφήμιση προσφέροντας ένα ακόμα τρόπο παραγωγής εισοδημάτων αλλά και απασχόλησης των δημιουργών. Σύντομα, πάνω από 10% των εξόδων διαφήμισης θα προέρχεται από το διαδίκτυο. Το 16% των διαφημίσεων στο διαδίκτυο το 2009 θα είναι «πλούσια μέσα» (rich media). Με την εκτίμηση ότι \$700δισ. θα ξοδευτούν παγκόσμια σε διαφημίσεις ως το 2009, οδηγούμαστε στο συμπέρασμα ότι τα \$70δισ. θα διατεθούν για διαφήμιση online και εξ αυτών τα \$10δισ. για διαφήμιση «πλούσιων μέσων». Αποτέλεσμα; Εκατοντάδες εκατομμύρια δολάρια θα δαπανηθούν για αδειοδότηση χρήσης μουσικού περιεχομένου.

Το ψηφιακό ραδιόφωνο θα προσφέρει μουσικές εμπειρίες που ο ακροατής θα απολαμβάνει σε χώρο και χρόνο της επιλογής του. Θα γίνει ξανά ένα μέσο ελευθερίας ένα on demand (κατά παραγγελία) μουσικό κουτί. Οι καλύτεροι ραδιοφωνικοί σταθμοί θα γίνουν ισχυρά brands.

Μέσα στα επόμενα 3-5 χρόνια το 60% της νέας αυτής επιχειρηματικής δραστηριότητας (\$100 Billion Music Business) εκτιμάται ότι θα κινείται από τους ανεξάρτητους με την προϋπόθεση όμως ότι δεν θα ακολουθήσουν την πρακτική των μεγάλων που έδειξε να προτιμούν τον έλεγχο από τα εισοδήματα.

Στο νέο περιβάλλον και σε ότι αφορά την πρόσβαση του κοινού και των επιχειρηματιών στη μουσική πρέπει να απαλειφθούν τα εμπόδια και οι τριβές. **Αυτό σημαίνει μουσική διαθέσιμη οπουδήποτε, οποτεδήποτε και με οποιοδήποτε τρόπο σε κάθε εκδοχή** (δωρεάν, σε τιμή που την νοιώθεις σαν δωρεάν, συνοδευτική κάποιου προϊόντος ή υπηρεσίας, επί πληρωμή κ.α.). **Στο διαδίκτυο κάθε εμπόδιο αντιμετωπίζεται ως ζημιά και η κίνηση το παρακάμπτει.**

Ας αναζητήσουμε τρόπους να συμμετέχουμε σε κάποιες ή όλες τις μορφές εμπορίου που χρησιμοποιούν μουσική. Ας χρεώσουμε έξυπνα την πρόσβαση και ας κάνουμε τη μουσική μας διαθέσιμη με τον ίδιο ακαταμάχητο τρόπο που οι εταιρίες κινητής τηλεφωνίας διαθέτουν τα κινητά τους δεσμεύοντας τους πελάτες τους ώστε να μπορούν να προχωρήσουν σε πωλήσεις από κει και πέρα. **Είτε η διάθεση της μουσικής αφορά streaming on demand, remixes, mashups, playlists, ή μουσικές εφαρμογές σε κοινωνικά δίκτυα για την προσθήκη μουσικής σε βίντεο ή στο ψηφιακό ραδιόφωνο, αυτό που έχει σημασία είναι να είμαστε μέρος όλων αυτών.**

Λίγα μόνο πράγματα τελειώνουν ολοκληρωτικά όταν κυριαρχούν νέες εφευρέσεις.

Αυτό που συμβαίνει συνήθως είναι ότι η αγορά αναπτύσσεται ακόμα περισσότερο. Εδώ συμβαίνει ακριβώς το ίδιο. Μπορεί το fax και το Internet να αντικατέστησαν το telex και τον τηλεγράφο, αλλά τα βιβλία εξακολουθούν να υπάρχουν παρόλο που έχουμε φωτοτυπικές μηχανές. Τα CDs υφίστανται πτώση και τελικά η παραγωγή τους μπορεί κάποτε να σταματήσει, αλλά καμία εξέλιξη στην ψηφιακή μουσική δεν θα εξουδετερώσει τα φυσικά μέσα. **Μιλάμε για ένα ακόμα φορμάτ διάθεσης της μουσικής που συνοπτικά θα το ονομάσουμε ΠΡΟΣΒΑΣΗ (ACCESS).** Από τη στιγμή που θα εξασφαλίσουμε στο κοινό την πρόσβαση στα έργα των δημιουργών μπορούμε και πάλι να πουλήσουμε την κυριότητα.

Αν το καλοσκεφτούμε ο μοναδικός πραγματικός περιορισμός στην ανάπτυξη των μέσων και της μουσικής είναι ο ΧΡΟΝΟΣ. **Η κατανάλωση μέσων θα αναπτύσσεται διαρκώς όσο τα προϊόντα θα προσφέρονται φθηνότερα και θα διατίθενται παντού και όσο περισσότεροι "Digital Natives" (ψηφιακοί κάτοικοι) θα καταναλώνουν περισσότερα μέσα ταυτόχρονα.**

Πρέπει πρώτα να τραβήξουμε την προσοχή του κοινού, στη συνέχεια να τη διατηρήσουμε και τότε να προχωρήσουμε σε πωλήσεις. **Φυσικά θα πρέπει να σταματήσουμε την εμμονή της προσπάθειας να βγάζουμε χρήματα δια της πώλησης φυσικών φορέων και να δώσουμε βάρος και σε άλλα εργαλεία που προσθέτουν αξία και ενισχύουν τη σύνδεση του κοινού με τον καλλιτέχνη (videos, films, chats, books, concerts, merchandising).**

Όποια ονομασία και αν χρησιμοποιήσουμε -εφήμερα αντίγραφα, ενοικιαζόμενα μέσα, streaming (συνεχής ροή), buffering (προσωρινή αποθήκευση δεδομένων), caching (χρήση κρυφής μνήμης), storing (αποθήκευση), time-shifting (μετατόπιση χρόνου), downloading (καταφόρτωση), ripping ή οτιδήποτε άλλο- το θέμα είναι ότι η ψηφιακή τεχνολογία δεν κάνει διαχωρισμό ανάμεσα στη λεγόμενη εκτέλεση (performance) και την ψηφιακή φωνογραφική παράδοση (digital phonographic delivery). Όλοι οι υπολογιστές -και κατ' επέκταση όλα τα κινητά τηλέφωνα- είναι εξ ορισμού μηχανές αντιγράφων. Όσο και αν αυτό ακούγεται συγκλονιστικό θα πρέπει λοιπόν να απορρίψουμε την ιδέα του να χρεώνουμε περισσότερο για την αποθήκευση μουσικής σε αντίθεση με το να την ακούμε απλά στο ραδιόφωνο. **Αυτό που πρέπει να χρεώσουμε είναι οι πρόσθετες αξίες και υπηρεσίες.**

Τα έσοδα από την πώληση «αντιγράφων τραγουδιών» θα αρχίσουν σταδιακά να φθίνουν καλύπτοντας πιθανά μόνο το 1/3 του συνολικού μας εισοδήματος, ενώ το υπόλοιπο θα προέρχεται από άδειες χρήσης, άδειες συγχρονισμού, δημόσια εκτέλεση, ζωντανές εμφανίσεις, πακετάρισμα με άλλα προϊόντα και άλλες μορφές εκμετάλλευσης που βρίσκονται σε εμβρυακό στάδιο. Ας ασχοληθούμε με τη δημιουργία και την υποστήριξη των νέων αυτών πηγών εσόδων και τέλος ας δημιουργήσουμε άμεσα, παγκόσμια συστήματα αδειοδότησης και συναλλαγών B2B, τα οποία θα καθιστούν το ρεπερτόριο μας διαθέσιμο για όλες τις χρήσεις.

Αντώνης Πλέσσας

Δεν είμαι ούτε ο "ιδιοκτήτης", ούτε ο μοναδικός δημιουργός των όσων διαβάσατε. Απλά έχω ασχοληθεί πολύ με το να μαθαίνω από πολλούς άλλους, συλλέγοντας, επεξεργάζοντας και αναμειγνύοντας ιδέες και σκέψεις από βιβλία, περιοδικά, σεμινάρια, συζητήσεις. ιστοσελίδες, RSS-feeds κ.α. Όλοι όσοι βρίσκονται πριν από εμένα και δίπλα από εμένα αξίζουν την αναγνώριση - εγώ απλώς κάνω τη μίξη.

