

基于利益均衡视角的数字音乐著作权保护问题研究

◆郑旭攀

(哈尔滨商业大学, 黑龙江 哈尔滨 150000)

【摘要】社会经济的快速发展促进着数字技术产业的跨步向前,互联网使人们的生活方式更加多元化,其中的显著变化之一是音乐产业从CD、磁带等传统模式转型到了数字音乐模式。数字音乐的诞生,给音乐行业的发展带来了广阔的发展空间,但由于数字音乐作品非常容易流传,所以其著作权也容易遭受侵犯。因此,本文将从数字音乐的相关概念入手,对我国数字音乐的相关法律以及保护措施加以分析和概括,在此基础上找出我国数字音乐在独家授权、付费制度、集体管理组织等方面存在的问题,并从利益均衡视角针对具体的困境提出相应的建议。

【关键词】数字音乐;著作权;垄断模式;利益均衡

一、数字音乐概述

与传统音乐作品不同的是,数字音乐是将传统音乐运用二进制编码进行编程,将其保存起来,之后再利用网络将其进行传输。数字音乐的问世,使世界各地的消费者们在第一时间能够听到自己喜欢的音乐,突破了时间与空间的限制。数字音乐相对于传统音乐而言,具有信息时代的特色,凸显了其新特征。

(一)虚拟性

法兰西后现代主义思潮家波德里亚(Jean Baudrillard)曾说:“数字化的冷酷宇宙吞噬了隐喻和转喻的世界,模拟原则既战胜了现实原则,也战胜了快乐原则”。数字音乐利用科技的“虚拟现实”创造可重复的音乐摹本。当数字技术出现之初,聆听者总是对音乐作品中“闻所未闻”的美妙大为震撼,但随着数字科技的日益发达,人们更倾向于乐器或人声的真实音色,从而在更大程度上增加了数字音乐的虚拟性。

(二)互动性

数字音乐的另一个主要特点,是在创造和接受之中、作者和听众之中、在过程和结果之中,所显示出来的互动性。因为网络传播不受时间空间约束,使得人们不管身处哪里,只要借助互联网这个平台,就能够积极地参与到音乐活动中。使得人们能够通过自身的知识结构、兴趣、生活体验,对互联网中既有的音乐内容加以补充、修改、再创作,并不断加入新的音乐内涵。

(三)零损耗

一切以高难度的神秘性思维驱使的音乐创作只要通过电脑的方式,不管作品呈现的多么繁复和绚丽,其构成元素不过是数据的编码。以数据与代码为音乐“物化语言”的数字艺术,突破了歌曲艺术中对传统材料技术的依赖,使歌曲的制作流程和技术都达到了无纸化。

数字音乐呈现出独特的产业格局——以独立音乐人(数字音乐著作权人)为创作源泉的上游和以音乐、唱片公司,数字音乐公司、平台(数字音乐著作权使用人)为分发的中游以及以消费者为变现对象的下游形成的牢固的产业链。在这一产业链中,由于身为上游的数字音乐著作权人与身处中游的数字音乐使用权人极易出现以两方非正常合作压榨第三方(消费者)利益、下游变现方(消费者)使用盗版资源损害上游利益等现象,三方因此产生的矛盾会殃及数字音乐著作权的版权,故而解决三方利益的均衡就成了数字音乐版权面临的重大难题。

与前数字音乐时代(详见表1)相比,数字音乐更加受到消费者们的欢迎,也使得数字音乐有着非常大的市场发展空间。也正是由于数字音乐有它自身的储存方法与传播方式,因此它的问世给音乐著作权领域带来了不少新问题。

表1 音乐时代演化表

时期	时代概述	关键词
1.0 时代	实体音乐	电视、广播
2.0 时代	在线音乐	互联网、盗版
3.0 时代	版权时代	版权、多元化
4.0 时代	数字音乐时代	商业模式

二、数字音乐著作权历史沿革及其核心问题

在前数字音乐时代,音乐著作权保障体制并未建立,人们没有相应的版权保护概念和意识;后来,人们物质生活条件相对匮乏,也未能建立相应的著作权意识,这导致很多音乐作品未能向有关部门完成著作权注册;再后来,一直未能建立起著作权司法保障机制,导致著作权盗版现象猖獗;进入20世纪90年代,我国推行市场经济,推动了音乐行业的发展,但由于著作权意识的匮乏,新兴传媒技术手段的运用反而使得盗版活动显得愈加猖狂。主管部门虽已意识到了版权保护的必要性,并对盗版现象提出了一些处理对策,如

在2001年,我国对《著作权法》进行改版,扩大了信息网络传播权内涵;2015年国家版权局发出《关于责令网络音乐服务商停止未经授权传播音乐作品的通知》,解决了我国长期存在的违规使用未获许可歌曲的社会现实问题。

2016年腾讯集团以QQ音乐业务投入中国音乐集团(CMC),以61.64%的股权取得对CMC的单独控制权。整合后的中国音乐集团更名为腾讯音乐娱乐集团。作为市场份额排名前二的音乐平台,腾讯音乐和CMC合并后市场总份额超80%,双方在2016年的相关市场销售金额占总收入的70%,曲库和独家资源市场占有率超80%。2020年,腾讯音乐成功续签环球、华纳、杰威尔等的长期授权。在亚洲多个国家和地区的唱片公司中,其版权独家占有率约90%,市场垄断地位明显。

在腾讯音乐获得巨大利益的同时,数字音乐著作权人与消费者的利益却隐隐地被损害和挤压。由于中游的垄断地位导致数字音乐著作权人与消费者无法站在一个公平的位置与之抗衡,这也就引出了数字音乐的核心问题——著作权人、权力行使者、消费者三方的利益并没有被均衡考量,而这个问题集中体现在独家授权领域、付费模式、集体管理制度欠缺三个领域。

三、当前数字音乐著作权面临的困境

(一)独家授权侵犯著作权合法权益

进入数字音乐时代,我国各大数字音乐平台如网易、腾讯等也开始了对歌曲作品著作权的强烈争夺,数字音乐作品著作权与独占授权已经成为网络平台获取和享用歌曲作品著作权的最主要合作方式。而对于某一数字音乐网络平台独家音乐作品授权过于集中的情况下,则会带来直接排斥、供给排挤和渠道限制等诸多反竞争影响。处于行业中优势位置的数字音乐网络平台如果经过了策略性收购后,在独家歌曲版权资源达到了相当数量后,仍拒绝或者限制向对手开放,便会导致其关键步骤的中断,这将把部分的对手资源被排挤出关键领域。在这一问题中,著作权人和消费者的利益被权力行使者——音乐平台挤压,著作权人在独家垄断模式下,无法与平台建立良好的沟通模式,当平台垄断后,著作权人的核心权利——定价权就易被侵害。也正因为如此,网络平台会利用其优势地位获得行业的歌曲版权资源,会给上下游的网络平台带来难以逾越的公平竞争障碍,从而导致了其歌曲授权资源匮乏。而此时行业的其余竞争者便不得不选择较次优的音乐资源,甚至干脆放弃。与此同时,因为平台可选择数量的减少,消费者在数字音乐上的选择权就面临着被侵害的问题。

(二)付费制度模式存在较大争议

前几年,线下演出市场停摆,线上数字音乐成为人们日常的娱乐方式。基于上文中提到的独家授权制度,它在独

占了忠实的买方市场后,既造成了我国在线音乐行业上下游持续垄断的不良结构形式,也导致了企业价值双重边缘化侵蚀的现象。音乐授权作品的忠实买家效应,使得互联网音乐产品公司不再需要刻意在产品质量、价格优势等方面保护下游买家利益,只需要实施“以高版权授权费诱惑上游音乐版权商以谋得指定音乐歌曲的独家版权许可”的利好上游卖家的战略,便可维持并巩固其市场占有率。这种模式虽然使著作权人与权力使用者——数字音乐平台获得了很大的利益,但消费者的利益则无从提起,著作权人与数字音乐平台捆绑在一辆利益战车上会给消费者带来很大的冲击,直观的现象就是购买数字音乐费用的上升,面对这种勾结行为,消费者自然会觉得无力招架。

(三)数字音乐著作权集体管理制度存在的问题

我国版权管理组织地位比较尴尬,并没有承担起足够的版权义务。首先,就制度管理方面来说,我国版权管理组织——中国音乐著作权协会(以下称“音著协”)长期面临着管理水平不高、版权分享不均、音乐协会的退出制度不公平等问题。其次,就主体权利博弈问题来说,音著协可能会把这种版权保护权利转变为自己的权利来“垄断”音乐内容,这便与著作权人与数字音乐平台的利益产生了冲突。最后,就职责界定来说,目前我国的音乐版权集体管理协会职责界定还不够明确。音著协属于半官方组织、非民事主体,无执法权,无法主动维护著作权人的利益,当著作权人的利益被侵犯时,只能向音著协投诉,但作用不大。

四、数字音乐著作权保护建议

(一)调整数字音乐独家授权现象

“保护竞争而不是竞争者”是反垄断法理论界对反垄断法的核心意义的认识。其意义在于,对竞争行为的评价并不总是和竞争对手的利益相一致,也不是仅由于竞争对手可能会引起竞争行为而断然停止某些竞争行为,还要加以综合的衡量、考虑。一旦总体利大于弊,则该竞争活动也将被允许。而数字音乐版权公司独家许可的运营模式是把“双刃剑”,虽然有效地抑制了我国国内的盗版浪潮,保障了音乐著作权人的合法权益,但这样却可能隐藏了一家公司独大的垄断风险。根据我国《反垄断法》第55条的相关要求:“依照有关知识产权的法律、行政法规规定行使知识产权的行为,不适用反垄断的相关规定;但是,经营者滥用知识产权,排除、限制竞争的行为,适用本法”。本条法规从原则性问题上对专利使用的保障与反垄断法律规制间的关联作出了界定,但同时也留下了较大的执法任意性,导致反垄断执法机关在维护专利和反垄断法律规制间两头为难。

所以,我国需要将当前对数字音乐版权独占授权的商业模式从立法上加以精细化完善,增加平台购买数字音乐独占著作权的事前汇报制度,即在一个数字音乐平台上购买超出



一定总量限制的音乐独占著作权时要事先向相关主管部门汇报,并在经过相关主管部门的审批后再实施买卖,这样就可以从立法上增加对执法监督管理部门的主动干预性,把数字音乐平台对著作权的争夺逐步引导为对网络服务的争夺,这样可以平衡著作权人和消费者的利益。

(二)构建合理的付费机制

在数字音乐领域,我国社会公众一直习惯了从各大歌曲App上免费下载歌曲。但在2015年,当国家版权局发出《关于责令网络音乐服务商停止未经授权传播音乐作品的通知》以后,包含QQ音乐、网易云音乐在内的多个数字歌曲网络平台,开始逐步将网络平台内未获许可的数字歌曲产品下架,并向各大唱片企业收购数字歌曲出版产品。这一做法进一步增强了歌曲消费者版权保护意识和数字音乐家的消费意识,并对数字歌曲的版权保护意识与消费制度的进一步发展产生了良好的促进作用。但要让这一制度长久地延续下去,建立合理的数字音乐产品正版化消费机制,提高消费者对消费正版数字音乐产品的意识,显得尤为重要。因此,消费者要增强购买正版数字音乐的意识。消费者必须知道自己在享受数字音乐的同时也要履行为其消费的义务。短期来看似乎在“损害”消费者的利益,但从长远来看,建立一个合理付费机制对消费者更有益处。

参考文献:

- [1]田晓玲.著作权集体管理的适用范围和相关问题研究——以著作权法第三次修改为视角[J].知识产权,2015(10):89-96.
- [2]王烁楠.数字音乐著作权保护研究[J].文化产业,2020(32):134-135.
- [3]李思赢.数字音乐独家版权模式解除与反垄断——以对腾讯音乐的反垄断调查为例[J].中国物价,2022(04):69-71.
- [4]郭荣隆,张志勋.论数字音乐作品的著作权保护[J].江西社会科学,2018,38(09):188-193.
- [5]熊琦.移动互联网时代的著作权问题[J].法治研究,2020(01):57-64.
- [6]苗沛霖.论纵向非价格垄断协议的法律规制[J].郑州大学学报(哲学社会科学版),2019,52(06):18-23,125.
- [7]李让,胡神松.数字时代音乐著作权许可困境与对策探析[J].科技创业月刊,2020,33(05):130-136.
- [8]王健.数字音乐相关市场界定的思考[J].法治研究,2018(05):41-44.
- [9]蒋一可.数字音乐著作权许可模式探究——兼议法定许可的必要性及其制度构建[J].东方法学,2019(01):147-160.

作者简介:

郑旭攀(1998—),女,汉族,河北邢台人,硕士研究生,研究方向:民商法学。