

SŁAWOMIR CZETWERTYŃSKI

Uniwersytet Ekonomiczny we Wrocławiu

WSPÓLNOTA JAKO PODSTAWA PRODUKCJI PARTNERSKIEJ

Wprowadzenie

Fenomen wolnego oprogramowania zwrócił uwagę środowisk akademickich na formujące się stosunki społeczne panujące w Internecie, których efekty oddziałują na jego sferę gospodarczą. Tworzenie oprogramowania nie jest jedyną działalnością podejmowaną w procesie społecznej współpracy. Za jego pomocą powstają również dobra informacyjne oraz kulturowe. Proces ten określany jest mianem produkcji partnerskiej i zgodnie z definicją Yochai Benklera jest to „podzbiór działań produkcyjnych opartych na wspólnocie”¹.

Sukces produktów wytworzonych w procesie produkcji partnerskiej świadczyłby o efektywnym wykorzystaniu zasobów wspólnoty przez jej uczestników. Stanowisko to stoi w sprzeczności z rozważaniami Garretta Hardina, który stwierdza, że wolność w wykorzystaniu zasobów wspólnoty prowadzi do jej „ruiny”. Tragedia wspólnoty – tak Hardin określa tę prawidłowość – stanowi podstawę tezy o wyższości instytucji prawa własności w gospodarowaniu rzadkimi zasobami nad instytucją wspólnoty².

Jeżeli wspólnota w dłuższym okresie ma stanowić źródło porażki procesu produkcyjnego, jak wyjaśnić fakt, że produkty powstające na zasadach part-

¹ Y. Benkler, *Bogactwo sieci. Jak produkcja społeczna zmienia rynki i wolność*, Wydawnictwa Akademickie i Profesjonalne, Warszawa 2008, s. 78.

² G. Hardin, *The Tragedy of the Commons*, „Science” 1968, No. 162 (3859), s. 1244.

nerskich stanowią poważną konkurencję dla wytwarzanych przez komercyjne przedsiębiorstwa. Przyczyn należy szukać w środowisku, którego wspólnota dotyczy. W przypadku produkcji partnerskiej wspólnota zasobów związana jest ściśle z Internetem, który odpowiada za jej specyficzną naturę. Kevin Kelly pisząc o gospodarce sieciowej (w której Internet odgrywa dominującą rolę), zwrócił uwagę na przejście od pojęcia „miejsca” do pojęcia „przestrzeni”³. Miejsce, zdaniem Kelly’ego, charakterystyczne jest dla gospodarki rzeczywistej, ma cztery wymiary i podlega prawom fizyki. Z kolei przestrzeń jest jego odwrotnością – „jest sztucznie stworzonym środowiskiem elektronicznym (...), [które] ma nieskończenie wiele wymiarów”⁴. Przestrzeń, a właściwie cyberprzestrzeń, jako nieskończona ma nieograniczone zasoby, co odzwierciedlone jest w naturze wspólnoty internetowej. Jeżeli przyjąć, że stanowisko K. Kelly’ego jest zasadne, to zasoby Internetu mają charakter nierzadki. Stąd można wysunąć hipotezę, że ze wspólnoty będącej podstawą produkcji partnerskiej można czerpać bez limitów, ponieważ Internet ich nie ma. Taka właściwość charakterystycznej dla Internetu wspólnoty czyniłaby ją całkowicie inną od ograniczonej w swoich zasobach własności świata rzeczywistego.

Głównym celem artykułu jest weryfikacja postawionej powyżej hipotezy, a do jej osiągnięcia konieczne jest ustosunkowanie się do idealizacyjnych stwierdzeń K. Kelly’ego. Chodzi tu głównie o wyjaśnienie nieskończoności zasobów Internetu, a dokładniej, praktycznych czynników mogących świadczyć o prawdziwości tej tezy. Należy również przedstawić i wyjaśnić mechanizm funkcjonowania wspólnoty w środowisku zaprojektowanym sztucznie, czyli Internecie. Relacja między technologią a człowiekiem jest tu niezwykle istotna, gdyż determinuje relacje międzyludzkie i wpływa na kształt instytucji społecznych w wymiarze formalnym oraz zwyczajowym.

1. Produkcja oparta na wspólnocie

Produkcja to świadome i celowe działania, prowadzące do przekształcenia zasobów zgodnie z potrzebami człowieka. Powtarzalność działań świadczy o procesowej naturze produkcji, natomiast ich wpływ na relacje międzyludzkie

³ K. Kelly, *Nowe reguły nowej gospodarki. Dziesięć przełomowych strategii dla świata połączzonego siecią*, WIG-Press, Warszawa 2001, s. 86–87.

⁴ Tamże, s. 86.

o ich społecznym charakterze. Wyrażając się inaczej, produkcja jest procesem społecznym, służącym przekształceniu zasobów zgodnie z potrzebami ludzkimi. W trakcie trwania procesu produkcji jej uczestnicy łączą się w grupy, uzupełniają się, osiągając lepszą efektywność lub wchodzi w konflikty⁵. Produkcji nieodłącznie towarzyszy wysiłek – mentalny lub fizyczny. William S. Jevons pisał, że praca to „wszelki wysiłek umysłu lub ciała podjęty częściowo lub w całości z myślą o przyszłych korzyściach”⁶. Wysiłek ten zwykle równoważony jest zarobkami, aczkolwiek postać oczekiwanych korzyści może być różna dla każdego pracownika.

Procesem produkcji, w którym korzyści mają postać niepieniężną, jest produkcja partnerska. Dzięki niej dostarczane są dobra informacyjne (w tym oprogramowanie), dobra kulturowe oraz wiedza. Powstają one przez interakcje i współpracę dużej grupy indywidualnych osób, działających poza mechanizmem rynkowym i bez hierarchicznej organizacji systemu zarządzania. Produkcja partnerska jest socjoekonomicznym systemem formującym się w cyfrowym środowisku sieciowym. Jest to model produkcji charakterystyczny dla takich sieci jak Internet⁷.

Partnerstwo w produkcji odnosi się do równych praw wszystkich jej uczestników, na każdym etapie procesu. W praktyce zrównanie statusu prawnego odbywa się poprzez rezygnację z praw własności do wykonanego produktu. Oznacza to, że wszystko jest wspólne lub inaczej „niczyje”. Produktem można dysponować zgodnie z własną wolą. Odnosi się to do użytkowania, modyfikacji lub propagowania. Stąd produkcję partnerską określa się mianem produkcji opartej na wspólnocie⁸.

Produkcja partnerska opiera się na dwóch kardynalnych zasadach. Po pierwsze ma charakter zdecentralizowany, a każdy jej uczestnik ma prawo podejmowania działań zgodnie z własną wolą. Uprawnienia do wzięcia udziału w procesie produkcji oraz stopień i kierunek działania wyznaczone są przez „okazję”, którą uczestnik sam dostrzegł. Okazją może być możliwość modyfikacji, którą uznaje

⁵ O. Lange, *Ekonomia polityczna*, t. I, II, PWN, Warszawa 1978, s. 295.

⁶ W.S. Jevons, *The Theory of Political Economy*, MacMillan and Co., London/New York 1888, s. 168.

⁷ Y. Benkler, *Coase's Penguin, or Linux and the Nature of the Firm*, „Yale Law Journal” 2002, No. 112 (3), s. 381; Y. Benkler, H. Nissenbaum, *Commons-based Peer Production and Virtue*, „The Journal of Political Philosophy” 2006, No. 14 (4), s. 394.

⁸ Y. Benkler, *Coase's Penguin...*, s. 381–382; Y. Benkler, H. Nissenbaum, dz. cyt., s. 394; Y. Benkler, *Bogactwo sieci...*, s. 78.

za konieczną lub opłacalną dla ostatecznego produktu. Podjęcie wysiłku jest dobrowolne, a jego źródłem jest on sam, nie wynika z podyktowanego odgórnie nakazu płynącego od menedżera, przełożonego czy biurokraty. Po drugie, w produkcji partnerskiej kierunek działań wynika z sygnałów i motywacji społecznej. Taki system koordynacji zastępuje sygnały wynikające z mechanizmu cenowego oraz poleceń zwierzchników⁹.

Dla prawidłowego funkcjonowania procesu produkcji muszą być spełnione trzy warunki. Pierwszy związany jest z tym, że proces musi dać się podzielić na moduły (komponenty). Każdy z modułów musi być możliwy do opracowywania niezależnie od innych. Pozwala to na zachowanie zasady decentralizacji. Warunkiem drugim jest odpowiedni rozmiar modułów. Benkler i Nissenbaum warunek ten określają jako poziom szczegółowości (*granularity*), którego odpowiednie dobranie pozwala na zaangażowanie się dużej liczby osób, o relatywnie niskim stopniu motywacji do działania, w proces produkcji. Aby mechanizm ten mógł funkcjonować, konieczne jest spełnienie trzeciego warunku procesu produkcji partnerskiej, a mianowicie niskiego kosztu integracji modułów¹⁰.

2. Produkt partnerski jako produkt wirtualny

Produktami wirtualnymi są cyfrowe dobra informacyjne, czyli informacje odwzorowane dzięki językowi cyfrowemu w pamięci komputerów¹¹. Informacje to, zgodnie z definicją Marka U. Porata, „dane, które zostały zorganizowane i zakomunikowane”¹². Mogą się one różnić od siebie formą oraz przeznaczeniem, ale wszystkie służą szeroko pojętej komunikacji. Jeremy Rifkin zwraca uwagę na to, że komunikacja stanowi sedno kultury. Jest jej przenośnikiem i jednocześnie kwintesencją¹³. Skoro dobra informacyjne służą komunikacji, a ona sama funkcjonuje w kulturze, to dobra te w dużym stopniu są nośnikami wartości kulturowych. Inaczej mówiąc są to dobra kulturowe.

⁹ Y. Benkler, H. Nissenbaum, dz. cyt., s. 400.

¹⁰ Tamże, s. 400–401.

¹¹ C. Shapiro, H.R. Varian, *Potęga informacji. Strategiczny przewodnik po gospodarce sieciowej*, Wydawnictwo Helion, Gliwice 2007, s. 15.

¹² M.U. Porat, *The Information Economy: Definition and Measurement*, Office of Telecommunications, Washington 1977, s. 2.

¹³ J. Rifkin, *Wiek dostępu. Nowa kultura hiperkapitalizmu, w której płaci się za każdą chwilę życia*, Wydawnictwo Dolnośląskie, Wrocław 2003, s. 146–148.

Produkty wirtualne mogą stanowić informacje w czystej formie, być nośnikiem wartości kulturowych lub pośredniczyć w komunikacji z urządzeniami (komputerami). Wszystkie przywołane przykłady związane są z komunikacją, którą zapewniają sieci cyfrowe, takie jak Internet. Ich wykorzystanie warunkuje unikatowe właściwości produktów wirtualnych. David Begg, Stanley Fischerer i Rudiger Dornbusch podkreślają, że produkty zapisane cyfrowo można „przesłać szybko, bezbłędnie i tanio”¹⁴, a ponadto mają unikatową funkcję kosztów produkcji¹⁵. Związane jest to z cyfrową technologią sieci komunikacyjnych.

Sam proces produkcji można podzielić na dwa stadia. Pierwszym jest stadium wytworzenia, a drugim reprodukcji¹⁶. Na etapie wytwarzania produktu wirtualnego ponoszone są koszty wytworzenia jego pierwszej kopii. Drugi etap polega na replikacji kolejnych egzemplarzy, co wiąże się z kosztami reprodukcji.

Koszty wytworzenia odpowiadają nakładom inwestycyjnym i są dominującą częścią kosztów całkowitych produkcji¹⁷. O. Shy oraz Carl Shapiro i Hal R. Varian wskazują, że duża część tych kosztów ma charakter kosztów utopionych¹⁸. Co więcej, należy je utożsamiać z kosztami stałymi, ponieważ raz poniesiony koszt wytworzenia nie zwiększa się podczas stadium reprodukcji.

Koszty reprodukcji są natomiast bardzo niskie, gdyż wiążą się jedynie z aktem powielania. W swojej naturze odpowiadają kosztom krańcowym. O. Shy dowodzi, że koszty reprodukcji odnoszą się nie tyle do powstania kolejnych egzemplarzy, co raczej do kosztu ich dostarczenia do odbiorcy¹⁹. W tym swoistym transferze kopia produktu wirtualnego powstaje samoistnie (na kształt produktu ubocznego).

Charakterystyka kosztów krańcowych produktów wirtualnych, czyli cyfrowych dóbr informacyjnych, odpowiada rozważanym przez Stana J. Liebowitza

¹⁴ D. Begg, S. Fischer, R. Dornbusch, *Mikroekonomia*, PWE, Warszawa 2007, s. 431.

¹⁵ O. Shy, *The Economics of Network Industries*, Cambridge University Press, Cambridge 2001, s. 53.

¹⁶ Por. C. Shapiro, H.R. Varian, dz. cyt., s. 15.

¹⁷ O. Shy, dz. cyt., p. 53.

¹⁸ Tamże; C. Shapiro, H.R. Varian, dz. cyt., s. 36.

¹⁹ O. Shy, dz. cyt., s. 53.

kosztom dóbr informacyjnych występujących w gospodarce rzeczywistej²⁰. Zgodnie z definicją Yannis Bakosa i Erika Brynjolfssona, dobra informacyjne to dobra „o zerowych lub bardzo niskich kosztach marginalnych produkcji”²¹. Przy czym określenie „zerowe” powinno być rozumiane jako tak niskie, że praktycznie nieistotne.

Odnosząc powyższe rozważania do produktu partnerskiego, należy stwierdzić, że chociaż jego wytworzenie wymaga dużych nakładów, to jego reprodukcji towarzyszą koszty bliskie zeru. Wysokie koszty stadium wytworzenia nie stanowią jednak istotnej bariery dzięki decentralizacji działań, a więc możliwości modułowania. Rozłożenie wysiłku podejmowanego w tym stadium na licznych uczestników sprawia, że jest on jednostkowo niewielki.

Decentralizacja działań w wyniku podziału procesu produkcji na moduły możliwa jest ze względu na bliskie zeru koszty krańcowe. Praca przy produktach partnerskich (wirtualnych) odbywa się nie na konkretnym egzemplarzu (prototypie), lecz na wielu niezależnych od siebie kopiach. Czy chodzi o wytwarzanie oprogramowania, czy edycję stron Wikipedii, uczestnik procesu produkcji partnerskiej działa na kopii, którą pozyskał z Internetu. Pozwala to na asynchroniczność procesu i nie stwarza sytuacji wzajemnej zależności uczestników ze względu na kolejność podejmowanych działań.

Specyfika kosztów produktów wirtualnych pozwala na swobodne rozszerzanie procesu produkcji partnerskiej. Aby stać się uczestnikiem procesu, należy w pierwszej kolejności pozyskać kopię produktu, czyli ponieść koszt krańcowy jego reprodukcji. Następnie dokonać modyfikacji (udoskonalenia) pozyskanej kopii, co łączy się z kosztami wytworzenia, i ostatecznie opublikować ją. Prowadzi to do zwiększenia zasobów uczestników procesu produkcji, czyli *de facto* rozwoju wspólnoty, gdyż zmodyfikowaną wersję po publikacji mogą reprodukować wszyscy.

Stadium wytwarzania i stadium reprodukcji mogą (a zwykle jest to obli-

²⁰ S.J. Liebowitz, *Copying and Indirect Appropriability: Photocopying of Journals*, „The Journals of Political Economy” 1985, No. 93 (5), s. 945–957; por. także R. Dewan, M. Freimer, A. Seidmann, *Organizing Distribution Channels for Information Goods on the Internet*, „Management Science” 2000, No. 46 (4), s. 483–495; Y. Bakos, E. Brynjolfsson, *Bundling Information Goods: Pricing, Profits, and Efficiency*, „Management Science” 1999, No. 45 (12), s. 1613–1630; Y. Bakos, E. Brynjolfsson, *Bundling and Competition on the Internet*, „Marketing Science” 2000, No. 19 (1), s. 63–82.

²¹ Y. Bakos, E. Brynjolfsson, *Bundling, Bundling Information...*, s. 1616; Y. Bakos, E. Brynjolfsson...*Bundling and Competition...*, s. 64.

wspólnoty. W ramach procesu produkcji powstaje wiele różnych wersji finalnego produktu. Przypomina to bieg ewolucji, podczas której przetrwają osobniki najlepiej przystosowane. Drobne modyfikacje kodu źródłowego lub treści merytorycznej, dzięki niezależności i dużej liczbie uczestników, prowadzą do wzrostu zasobów wspólnoty.

Zasoby wspólnoty tworzą różne kopie, modyfikacje, wersje, odmiany, wariacje produktów partnerskich z każdego szczebla jego rozwoju. Wspólnota jest rodzajem matrycy i podstawą reprodukcji poszczególnych kopii. To, że dana osoba wejdzie w posiadanie kopii, nie zmienia faktu, że inna osoba może uczynić to samo. Utworzone zasoby wspólnoty mogą być replikowane w dowolnych ilościach. Koszty tej działalności są minimalne, co nie jest ograniczeniem. Praktycznie każdy posiadający dostęp do Internetu może pobierać z niego udostępnione produkty wirtualne, ponosząc jedynie krańcowe koszty ich reprodukcji. Czynność ta w żaden sposób nie pomniejsza zasobów wspólnoty, tak więc produkty wytwarzane w procesie produkcji partnerskiej nie są rzadkie. Wspólnota tworzona w środowisku cyfrowym nie jest zbiorem atomów, który maleje wraz z czerpaniem z niej. Jest natomiast wzorcem, z którego w akcie reprodukcji pozyskać można finalny produkt wirtualny. Bliskie zero koszty krańcowe tworzą wrażenie, że pozyskanie produktu równoważne jest z jego wyłączeniem ze zbiorów wspólnoty. Wynika to z faktu nieodczuwania ponoszenia kosztu przez kopiującego ze względu na jego nieistotny wymiar.

3. Nierzadkość w wymiarze instytucjonalnym

Brak ograniczeń w czerpaniu z zasobów wspólnoty, a tym samym brak rzadkości w stosunku do produktów partnerskich, znajduje odzwierciedlenie w dwóch podstawowych cechach dóbr ekonomicznych. Pierwszą jest rywalizacyjność konsumpcji, a drugą wykluczenie z konsumpcji. W przypadku produktów partnerskich obie te cechy przybierają postać charakterystyczną dla czystych dóbr publicznych – konsumpcja odbywa się w sposób nierywalizacyjny i nikt nie jest z niej wykluczany²².

To podobieństwo dóbr publicznych oraz dóbr partnerskich nie jest przypadkowe, ponieważ oba typy związane są z jakimś rodzajem wspólnot (państwo-

²² Por. J.E. Stiglitz, *Ekonomia sektora publicznego*, Wydawnictwo Naukowe PWN, Warszawa 2004, s. 150–151.

wych/społecznych). Różnice polegają na naturze samych dóbr. Dobra publiczne mogą być dowolnymi dobrami, również informacyjnymi i wirtualnymi, lecz w dużej mierze są po prostu dobrami rzadkimi. Dla zachowania ich cech konieczne są dalekosiężne działania (celowe i zorganizowane) wykonywane w ramach struktury państwa. Częściowe ograniczenie konsumpcji, na przykład przez ustalenie cen symbolicznych, ma zapewnić wykorzystanie dóbr przez osoby faktycznie ich potrzebujące, gdyż inaczej nie starczyłoby ich dla wszystkich.

Inaczej jest z produktami partnerskimi, które jako nierzadkie z założenia nie wymagają regulacji w kwestii nierywalizacyjnej konsumpcji. Skopiowanie przez daną osobę produktu partnerskiego nie powoduje, że inna osoba zostaje pozbawiona tej możliwości. Należy abstrahować od przypadków, gdy masowe kopiowanie powoduje obciążenie łączy Internetu i tym samym fizyczne ograniczenie możliwości ich pozyskania. Takie przypadki są raczej sporadyczne, jeżeli brać pod uwagę całkowite wielkości transferów (ruchu) w Internecie.

Teoretycznie przestrzeń internetowa mogłaby być całkowicie wykorzystana, gdyż ogranicza ją aktualna pojemność magazynów danych. Fakt ten zaprzecza twierdzeniom K. Kelly'ego o nieograniczoności przestrzeni²³. Jednak K. Kelly pisze o wielowymiarowości przestrzeni, czyli możliwości powstawania coraz nowych wymiarów. W przypadku „miejsca” – w rozumieniu K. Kelly'ego – nie jest to możliwe. Miejsce zasadniczo ma sztywną podaż, która nie ulega zmianie. Można ją co najwyżej efektywniej wykorzystać. Przestrzeń będzie się rozszerzała wraz z tworzeniem nowych wymiarów. W praktyce związane jest to z działaniem praw Gildera i Moore'a.

George F. Gilder sformułował następującą zależność: „prędkość łączy rośnie co najmniej trzy razy szybciej niż moc obliczeniowa komputerów”²⁴. Z kolei Gordon E. Moore (2005) stwierdził, że liczba tranzystorów w układach scalonych podwaja się co około dwa lata²⁵. Z połączenia zależności Gildera i Moore'a wynika, że szybkość łączna podwaja się co, mniej więcej, osiem mie-

²³ Por. K. Kelly, dz. cyt., s. 86.

²⁴ G.F. Gilder, *Telecosm: How Infinite Bandwidth Will Revolutionize Our World*, The Free Press, New York 2000, s. 265.

²⁵ G.E. Moore, *Excerpts from A Conversation with Gordon Moore: Moore's Law*, Intel Corp. 2005, ftp://download.intel.com/museum/Moores_Law/Video-transcripts/Excepts_A_Conversation_with_Gordon_Moore.pdf (17.03.2011). Pierwotnie Moore (G.E. Moore, *Cramming More Components onto Integrated Circuits*, „Electronics” 1965, No. 38 (8), s. 114–117) przewidywał podwojenie liczby tranzystorów w ciągu roku. W latach 70. XX w. dokonał korekty swoich kalkulacji i obecnie przyjmuje się podwojenie liczby w ciągu dwóch lat.

sięcy²⁶. Ponadto prawo Moore'a stosuje się nie tylko do przewidywania stopnia rozwoju mocy układów scalonych, ale możliwości innych podzespołów, jak, między innymi, pojemność pamięci masowych. Szybkość rozwoju sieci komputerowych – Internetu – przewyższa możliwości ich wykorzystania. Stąd w wymiarze praktycznym niemożliwe jest przekroczenie limitów.

Brak rywalizacji nie oznacza, że nie można pozbawić kogoś prawa do pozyskania danego produktu. Wykluczenie z konsumpcji nie zależy od natury dóbr konsumowanych, lecz od stosunków społecznych, które ich dotyczą. Problem wykluczenia w procesie produkcji partnerskiej, a następnie konsumpcji, został rozwiązany instytucjonalnie. Jest to przykład samoorganizacji zasad społeczeństwa skupionego wokół Internetu.

Koncepcja uniemożliwiająca wykluczenie z konsumpcji produktów partnerskich określana jest mianem *copyleft*, czyli odwrotnością *copyright* – praw autorskich²⁷. Wyrazem tej koncepcji są licencje na zasadach, których udostępniane są produkty wirtualne.

Wśród licencji *copyleft* wyróżnić można między innymi Powszechną Licencję Publiczną GNU²⁸, Licencję Wolnej Dokumentacji GNU oraz Licencję Wolnej Sztuki. Prócz powyższych istnieją jeszcze licencje akademickie (na przykład *Berkeley Software Distribution*, *MIT License*, *Apache License*) oraz rodzina licencji *Creative Commons*, które są bardziej restrykcyjne. Zastrzegają one jednak tylko niektóre prawa autorskie, pozwalając na przykład na wykorzystywanie produktu w celach niekomercyjnych²⁹.

Powszechna Licencja Publiczna GNU, Licencja Wolnej Dokumentacji GNU oraz Licencja Wolnej Sztuki zostały opracowane przez Fundację Wolnego Oprogramowania (ang. *Free Software Foundation*) z udziałem Richarda M. Stallmana³⁰ i najbardziej odpowiadają procesowi produkcji partnerskiej. Mechanizm uniemożliwienia wyłączenia z konsumpcji związany jest ściśle z modułowym modelem produkcji partnerskiej.

²⁶ Estymacja ta jest niedokładna. Gilder określa ją na sześć miesięcy, odwołując się do prawa Moore'a, które błędnie cytuje (podaje wzrost wydajności co osiemnaście miesięcy, Moore zaś – G.E. Moore, *Excerpts...* – wyraźnie mówi o dwóch latach). Wzrost mocy procesorów komputerowych jest jednak większy niż wzrost liczby tranzystorów, co mogłoby świadczyć o szybszym podwojeniu prędkości łączy.

²⁷ Y. Benkler, *Bogactwo sieci...*, s. 81.

²⁸ GPL GNU – General Public License GNU's not Unix.

²⁹ L. Rosen, *Open Source Licensing. Software Freedom and Intellectual Property Law*, Prentice Hall PTR, Upper Saddle River 2005, s. 69.

³⁰ Y. Benkler, *Bogactwo sieci...*, s. 80–81.

Licencje GNU zakładają, że możliwe jest wykorzystanie produktu partnerskiego przez dowolną osobę, jego kopiowanie i modyfikowanie. Warunkiem jest, że produkt zmodyfikowany musi być opatrzony taką samą licencją. Zapobiega to zawłaszczeniu produktu wspólnoty przez pojedynczą osobę lub instytucję³¹. Umożliwi również zdecentralizowany proces produkcji, gdyż nie ogranicza dostępu do produktu i nie zakazuje jego modyfikacji. Pozwala także na kształtowanie sygnałów społecznych, gdyż nieskrępowane rozprzestrzenianie się produktu partnerskiego zwiększa prawdopodobieństwo jego udoskonalenia oraz powstania informacji zwrotnej na temat jego wad.

Zdaniem Y. Benklera, licencje GNU są najważniejszą innowacją instytucjonalną związaną z procesem produkcji partnerskiej³². Są formalnym uregulowaniem negacji wykluczenia z konsumpcji, które jest możliwe z powodu natury produktów wirtualnych, przejawiającej się w kosztach ich produkcji. Powstanie inicjatywy instytucjonalnego umocowania regulacji związanych z produkcją partnerską jest przejawem dostosowania się samoorganizacji do wymogów funkcjonowania w rzeczywistości prawnej.

Podsumowanie

Przedstawione rozważania nad naturą wspólnoty w produkcji partnerskiej można sprowadzić do kilku zasadniczych stwierdzeń. Po pierwsze, wspólnota powstaje w sposób zdecentralizowany w wyniku sygnałów i motywacji społecznej. Każdy uczestnik procesu działa niezależnie od innych – korzystając, modyfikując lub poszerzając zasoby wspólnoty. Kierunek podjętych działań umocowany jest w relacjach między osobami skupionymi wokół wytwarzanego produktu lub w samym uczestniku produkcji. Inicjatywa prowadząca do działania może być odpowiedzią na sygnały wysyłane z zewnątrz lub wynikać z wewnętrznej potrzeby działającego.

Po drugie, aby zasoby wspólnoty mogły się poszerzać, proces produkcji partnerskiej musi być możliwy do modulowania na odpowiednim poziomie szczegółowości i integracji po niskich kosztach. Spełnienie tych warunków jest podstawą prawidłowego przebiegu procesu powstawania produktu partnerskiego, czyli konceptualizowaniu i formowaniu wspólnoty.

³¹ Tamże, s. 120.

³² Tamże, s. 79.

Po trzecie, ponieważ produkt partnerski jest produktem wirtualnym, implikuje nierywalizacyjność konsumpcji zasobów wspólnoty. Jest to skutek natury produktów wirtualnych, z której wynika ich funkcja kosztów i metoda produkcji. Koszty marginalne produktów wirtualnych, będące bliskie zeru, nie stanowią cenowej bariery dostępu do nich. Ponadto redystrybucja odbywa się na zasadzie kopiowania. Tym samym pozyskiwanie kolejnego egzemplarza produktu partnerskiego nie uszczupla zasobów wspólnoty. W rzeczywistości korzystanie ze wspólnoty sprowadza się do tworzenia kopii, co jest praktycznie bezkosztowe (ponoszony jest jedynie koszt marginalny wyrażający się w akcie kopiowania).

Po czwarte, nierywalizacyjność konsumpcji zasobów wspólnoty jest podstawą do zapewnienia niewykluczalności. Mechanizm zapobiegania wykluczeniu umocowany jest instytucjonalnie w licencjach określanych mianem *copyleft*.

Cztery przywołane stwierdzenia świadczą o specyfice wspólnoty, wokół której tworzy się produkcja partnerska. Jest to rodzaj wspólnoty ściśle związany z Internetem, który nie ma limitów i nie ulega wyczerpaniu, jak to jest w przypadku wspólnot opisanych przez G. Hardina. Jest to raczej rodzaj przestrzeni w rozumieniu K. Kelly'ego z nieskończenie wieloma wymiarami. „Tragedia wspólnoty” nie występuje zatem w procesie produkcji partnerskiej. Niemożliwe jest wyczerpanie jej zasobów.

Literatura

- Bakos Y., Brynjolfsson E., *Bundling and Competition on the Internet*, „Marketing Science” 2000, No. 19 (1).
- Bakos Y., Brynjolfsson E., *Bundling Information Goods: Pricing, Profits, and Efficiency*, „Management Science” 1999, No. 45 (12).
- Begg D., Fischer S., Dornbusch R., *Mikroekonomia*, PWE, Warszawa 2007.
- Benkler Y., *Bogactwo sieci. Jak produkcja społeczna zmienia rynki i wolność*, Wydawnictwa Akademickie i Profesjonalne, Warszawa 2008.
- Benkler Y., *Coase's Penguin, or Linux and the Nature of the Firm*, „Yale Law Journal” 2002, No. 112 (3).
- Benkler Y., Nissenbaum H., *Commons-based Peer Production and Virtue*, „The Journal of Political Philosophy” 2006, No. 14 (4).
- Dewan R., Freimer M., Seidmann A., *Organizing Distribution Channels for Information Goods on the Internet*, „Management Science” 2000, No. 46 (4).
- Gilder G.F., *Telecosm: How Infinite Bandwidth Will Revolutionize Our World*, The Free Press, New York 2000.
- Hardin G., *The Tragedy of the Commons*, „Science” 1968, No. 162 (3859).

- Jevons W.S., *The Theory of Political Economy*, MacMillan and Co., London/New York 1888.
- Kelly K., *Nowe reguły nowej gospodarki. Dziesięć przełomowych strategii dla świata połączonego siecią*, WIG-Press, Warszawa 2001.
- Lange O., *Ekonomia polityczna*, t. I, II, PWN, Warszawa 1978.
- Liebowitz S.J., *Copying and Indirect Appropriability: Photocopying of Journals*, „The Journals of Political Economy” 1985, No. 93 (5). Moore G.E., *Cramming more Components onto Integrated Circuits*. „Electronics” 1965, No. 38 (8).
- Moore G.E., *Excerpts from A Conversation with Gordon Moore: Moore’s Law*, Intel Corp. 2005, ftp://download.intel.com/museum/Moores_Law/Video-transcripts/Excepts_A_Conversation_with_Gordon_Moore.pdf (17.03.2011).
- Porat M.U., *The Information Economy: Definition and Measurement*, Office of Telecommunications, Washington 1977.
- Rifkin J., *Wiek dostępu. Nowa kultura hiperkapitalizmu, w której płaci się za każdą chwilę życia*, Wydawnictwo Dolnośląskie, Wrocław 2003.
- Rosen L., *Open Source Licensing. Software Freedom and Intellectual Property Law*, Prentice Hall PTR, Upper Saddle River 2005.
- Shapiro C., Varian H.R., *Potęga informacji. Strategiczny przewodnik po gospodarce sieciowej*, Wydawnictwo Helion, Gliwice 2007.
- Shy O., *The Economics of Network Industries*, Cambridge University Press, Cambridge 2001.
- Stiglitz J.E., *Ekonomia sektora publicznego*, Wydawnictwo Naukowe PWN, Warszawa 2004.

COMMONS AS BASE OF PEER PRODUCTION

Summary

This article is aimed at establishing causes of prosperity of commons in peer production. This problem is important to solve because of contradiction to Hardin’s work about tragedy of commons. Main goal of paper is verification of hypothesis that commons which is base of peer production is unlimited in opposite to Hardin’s common. The main factors that confirm this hypothesis are connect with unlimited Internets’ space and cost of virtual products production. Important aspects are also institutional issue of General Public Licensing which allow to process peer production without threat of exclusion anyone form commons.

Translated by Sławomir Czetwertyński