

Glasbeniki, utopljeni v skodelici kave

Sobotna priloga/Delo/sobota, 6. januar 2007/Dejan Vodovnik

Avtorske in sorodne pravice

V Zavodu IPF, ki skrbi za uveljavljanje pravic izvajalcev in proizvajalcev fonogramov Slovenije, pravijo, da je svet za avtorsko pravo, ki ga uveljavlja novela zakona o avtorski in sorodnih pravicah, pravzaprav »grob poseg v pravice avtorjev«.

Glasbena dela sodijo med intelektualno lastnino in kot taka morajo biti deležna najvišje možne zaščite.

To je trditev, s katero se strinjajo tako politiki kot avtorji glasbe. Vendar zgolj s trditvijo, saj se v praksi mnjenja o tem močno razhajajo. Politiki (oziroma državni zbor) so namreč po skrajšanem postopku sprejeli novelo zakona o avtorskih in sorodnih pravicah, s katero želijo - kot zatrjujejo - zagotoviti učinkovit sistem upravljanja avtorske in sorodnih pravic. Glasbeniki pa so, milo rečeno, ogorčeni.

Direktor Zavoda IPF Gregor Štibernik (na tem položaju je slab mesec dni, doslej pa je bil predsednik sveta Zavoda IPF, ki je najvišji organ upravljanja te kolektivne organizacije) ogorčenje pojasnjuje tako: »Gre za to, da avtorji niso svobodni pri določanju cene svojega dela, temveč to namesto njih lahko naredi kdo drug oziroma si pravico, da to uredi, jemlje nekdo drug. To je po mojem prepričanju v nasprotju z načeli prostega trga in sili avtorje, da višino nadomestila za uporabo njihovega dela lahko določijo uporabniki prek državnega aparata, ki jih ščiti in ki deluje pod okriljem ministrstva za gospodarstvo.«

Na vprašanje, kaj to konkretno pomeni, pravi: »Midva ne moreva priti v gostilno in reči, da za viski daja dva evra, ker drugače ogrožava najine dohodke. Lahko se torej edino odločiva, ali bova naročila ali pa ne. Pri glasbi oziroma nadomestilih pa je zadeva taka, da se gostinci pritožujejo, kako draga da je in da ni nujno potrebna izklopi je pa nihče. Plačati je pa tudi ne želi!«

V politiki pri odgovarjanju na vprašanje, ali skupni jezik z avtorji, izvajalci in proizvajalci fonogramov res ni mogoč, ostajajo na birokratski ravni. V glasilu urada za intelektualno lastnino namreč piše, da »se urad zaveda, da pravne norme določajo vrsto in obseg pravic, ki vključujejo poslovno strategijo njihovih imetnikov, zato namenja veliko pozornost posodobitvi zakonodaje. To je bilo tudi vodilo pri pripravi predlogov sprememb zakona o pravicah industrijske lastnine iz delovnega razmerja in zakona o avtorski in sorodnih pravicah ter uredbe o zneskih nadomestil za privatno in drugo lastno reproduciranje.« To je vse.

Država podlegla t. i. alkoholnemu lobiju?

Med avtorji, med katerimi ga skorajda ni, ki ne bi bil prepričan, da je edina rešitev za slovensko glasbeno industrijo prav dosledno plačevanje dajatev javnih ustanov, lokalov, hotelov in frizerskih salonov, pa je tudi veliko takih, ki so si enotni, da je država pravzaprav podlegla interesu nekaterih lobijev. Največkrat omenjajo t. i. alkoholni lobi. To razumljivo na državni ravni ostro zanikajo, Štibernik pa vztraja: »Glasbeniki, ki smo lastniki pravic, ne želimo nič drugega kot le del dobička, ki ga gostinci, trgovci in drugi ustvarijo tudi s pomočjo dela, katerega lastniki smo. Država, ki zase trdi, da je na visoki razvojni ravni in ki ni več v tranziciji ali še celo kje bolj zadaj, bi se tega morala zavedati in dobrine visoko civilizirane družbe to je v prvi vrsti spoštovanje lastnine in pravic, ki iz

nje izhajajo braniti z vsemi zakonskimi sredstvi in tako spodbujati inovativnost in kreativnost. In kot zdaj kaže, si naša država takšnega ustvarjanja ne želi. Družba in država, ki ne spodbuja ustvarjanja in inovacij, bo družba, ki bo vedno korak zadaj! Na račun koga? Na tem področju bi država v skladu s priporočili EU morala narediti vse, da bi bila avtorska pravica kot ena izmed temeljnih človekovih pravic zaščitena tako, kot se spodobi, ne pa da popušča ozkemu lobiju in interesu prodajalcev alkohola na račun ene izmed največjih civilizacijskih vrednot.«

Nedavni primer, ko je državni zbor načelno podprl zakon o pravicah industrijske lastnine, saj naj bi spodbudil večjo inovativnost v podjetjih, je v nasprotju s sprejetjem novega zakona o avtorskih in sorodnih pravicah (ZASPD), ki uvaja nov oblastni organ, svet za avtorsko pravo; ta pravzaprav onemogoča ustrezno urejeno javno uporabo umetniških del, ki bi temeljila na načelih ponudbe in povpraševanja. Uvaja pravzaprav institucijo, ki bo razsojala med gostinskim barom XY in avtorjem AB oziroma njunimi zastopniki, če se ti ne bodo znali sporazumeti sami. Sami pa bi se navsezadnje morali sporazumeti, saj lahko avtorji vselej prepovedo uporabo svojega dela ali pa se uporabniki javni uporabi takšnega dela odpovejo, če se eni ali drugi ne strinjajo z začasno, enostransko določeno ceno. Takšen položaj bi nemara prej kot grožnje z oblastnim organom moral obe strani prisiliti k pogajanjem in sklepanju sporazumov. Pred dvema letoma se je to izkazalo za resnično tudi v praksi, saj je večina kolektivnih organizacij sklenila sporazume z uporabniki prav po tistem, ko se je država umaknila iz procesa določanja tarif. Zdaj, kot kaže, vanj spet posega in s tem, kot so prepričani opazovalci, vnovič tvega nezadovoljstvo ene ali druge strani. Ne nazadnje tvega tudi z nesporazumnim potrjevanjem tarif, ki se utegnejo izkazati za neživljenjske prav zato, ker jih je določila skupina namišljenih »strokovnjakov« in se niso izoblikovale na trgu, kot je to tako kažejo primerjave drugod po svetu.

Če upoštevamo plačilo vsem trem organizacijam (SAZAS, IPF in ZAMP), lastnik gostinskega obrata za ceno kave na dan dobi licenco, ki mu omogoča tako rekoč 24-urno legalno predvajanje in uporabo zaščitene avtorskih del.

Vpliv glasbe na zapravljanje

Za nekatere je sklicevanje na ugotovitve o dobrodelnem učinku glasbe na razpoložanje potrošnikov nesmiselno, za vse več gospodarstvenikov pa postaja nesporno dejstvo.

Že pred časom so po svetu spoznali, da se z glasbo lahko ustvari razpoložanje in vzpostavi neverbalna komunikacija, odnos. Zato ni nič nenavadnega, da je glasba v sodobnem svetu postala glavni sestavni del t.i. consumer marketinga, in sicer na področju prodaje in oglaševanja.

Glasba, predvajana »v ozadju«, tako da se je nepozoren potrošnik niti ne zaveda, lahko vpliva na količino časa in vsoto denarja, ki ga potrošnik nameni nakupu (po nekaterih raziskavah celo do 38 odstotkov). Nezavedno vpliva na vtis, ki si ga kupec ustvari o trgovini, blagovnici ali podjetju. Če je izbira glasbe skrbna (posebej izbrana za točno določeno ciljno potrošniško skupino), se kupec v trgovini sprosti, počuti prijetno in domače, zato v trgovini ostane dlje kot sicer, ugotavljajo raziskave. Eden od primerov prihaja iz ameriške verige trgovin z ženskim spodnjim perilom Victoria's Secret. V teh trgovinah predvajajo klasično glasbo. Z njo si pomagajo pri ustvarjanju prestižne podobe, kar skupaj s kakovostjo postrežbe strank pripelje do višjih marž in dobička. V verigi trgovin, namenjeni športu, Nike Town pa so se na podlagi raziskav odločili za energično glasbo; tako, ki spodbuja h gibanju. Sodobna plesna glasba pripomore k ustvarjanju aktivne, športne atmosfere; v tej verigi trgovin so šli celo tako daleč, da strankam omogočajo izdelavo t.i. »svoje« glasbene playliste...

Glasba ves dan za ceno ene kave

Glasbeniki, glasbeniki izvajalci in avtorji so si enotni, da domačega presnemavanja glasbe ne morejo prepričati, še manj, da bi nadzorovali nastajanje in prodajo fizičnih nosilcev. Denar, za katerega so na ta način prikrajšani, pa lahko torej dobijo le od javnega predvajanja, torej iz naslova pravic.

»Na Zavodu IPF višino trenutnega nadomestila določamo na podlagi primerjav več kot samo ene ali dveh sosednjih držav. Hkrati vsi javno dostopni podatki kažejo, da imata trgovska in gostinska dejavnost vsako leto od 3 do 4 odstotno realno rast. Zavod IPF je nadomestila po večletnem utemeljevanju do upravičenosti začel prvi skupini uporabnikov zaračunavati šele decembra 2005, torej pred dobrim letom. Po naših izračunih so tako samo segmenti prehrambeni gostinski obrati, točenje pijač, napitkov ter menze, priprava hrane (6157 poslovnih subjektov) z 'uspešnim' zavlačevanjem plačevanja nadomestil oškodovali upravičence za več kot 200 milijonov na leto,« je konkreten Gregor Štibernik. Ob tem ne pozabi povedati, da je pravilnik, po katerem uporabniki sklepajo pogodbe o plačevanju nadomestil za uporabo zaščitene del, Zavod IPF na podlagi veljavne zakonodaje sprejel 22. junija 2005. Upošteva več parametrov, na podlagi katerih so v nekaterih primerih zavezanci za plačevanje nadomestila razvrščeni v kar 10 razredov (npr. gostinski obrati). Za primerjavo: nemška GEMA ima le dva razreda, do 100 kvadratnih metrov in nad 100 kvadratnih metrov.

Na leto ob milijon evrov

Zaradi neplačevanja in neurejenosti razmer je približno 2500 slovenskih glasbenih izvajalcev in proizvajalcev fonogramov, ki jih štiti IPF, vsako leto prikrajšanih za približno milijon evrov. Avtorske pravice v tem znesku niso upoštevane. Ko bo zadeva urejena, bo velik del tega kolača namenjen tudi tujim izvajalcem in založnikom (približno 40 odstotkov), s katerimi ima Zavod IPF pogodbe o zaščiti, domačim (tako izvajalcem kot založbam) bi ostalo kakšnih 300.000 do 350.000 evrov.

Analize Zavoda IPF so pokazale, da so izračunana nadomestila v evropskem povprečju. In koliko je to v evrih in tolarjih? Povprečen mesečni znesek, ki ga gostinski obrat plača Zavodu IPF, je približno 8,35 evra oziroma 2 tisoč tolarjev na mesec. To pa je 0,27 evra na dan oziroma 64,50 tolarja. Če upoštevamo plačilo vsem trem organizacijam (SAZAS, IPF in ZAMP), lastnik gostinskega obrata za ceno kave na dan dobi licenco, ki mu omogoča tako rekoč 24-urno legalno predvajanje in uporabo zaščitene avtorskih del.

Vseeno pa veliko gostinskih lokalov še kar noče plačevati prispevka, ker naj bi, kot sami zatrjujejo in prepričujejo javnost, »položnice za nadomestila ogrožale poslovanje obratov«, saj naj bi skupno plačilo avtorski agenciji SAZAS, IPF in ZAMP znašalo na mesec približno 21 evrov, to pa je znesek, katerega plačila se (nekateri) gostinci že otepajo.

Podatki obrtne zbornice kažejo, da je bilo v Sloveniji pred dvema letoma uradno registriranih 6663 (gostinskih) podjetij, ki so ustvarila za več kot milijardo evrov prometa. Povprečno nadomestilo Zavodu IPF znaša 8,35 evra na subjekt na mesec. Za 6663 na leto ob stodontnem plačevanju to znese malo manj kot 6 milijonov evrov. To pa predstavlja le 0,067 odstotka iz prihodkov od prodaje iz gostinske dejavnosti.

Ob vsem skupaj pa se pojavlja še ena težava. Gre namreč za neusklajenost tarif zneskov nadomestil za zasebno in drugo lastno reproduciranje med državami članicami EU. Konkretnega usklajevanja še ni bilo, ko bo, pa bo za slovenske pogajalce zagotovo zelo težavno, če ne celo boleče, saj so slovenski zneski nadomestil bistveno nižji od zneskov v drugih državah članicah EU. Bo pa najbrž zelo kmalu med strokovno javnost »udarilo« priporočilo evropske komisije, ki naj bi se nanašalo na nadomestila za zasebno in drugo

lastno reproduciranje. Nekateri namigujejo, da Evropa morda razmišlja, da bi celo ukinili zdajšnje dovoljeno zasebno reproduciranje, za vsako kopijo zaščitene vsebine pa bi morali plačati enak znesek kot za nakup izvirnika. Takšna rešitev bi utegnila biti za potrošnike seveda zelo neugodna.