

PRIRUČNIK

ZA ZAŠTITU MUZIČKOG SPOTA



SADRŽAJ

1. Šta je autorsko delo.....	3
2. Nosioći prava na muzičkom spotu.....	3
2.1. Autorskoppravna zaštita	3
2.2. Srođnoppravna zaštita.....	4
2.3. Ugovorni odnosi	5
3. Nastanak prava	5
4. Evidencija i deponovanje autorskog dela.....	5
5. Ovlašćenja autora i nosilaca srođnih prava	5
5.1. Prenos ovlašćenja.....	6
6. Trajanje autorskog prava.....	6
7. Sudska zaštita.....	6
8. Kolektivno ostvarivanje prava.....	7
9. Zaključak.....	7

1. Šta je autorsko delo

U najširem smislu, autorsko delo je predmet autorskopravne zaštite. Da bi jedno delo uživalo autorskopravnu zaštitu, ono mora da ispuni određene uslove koji su propisani Zakonom o autorskim i srodnim pravima.

Zakon autorsko delo definiše kao originalnu duhovnu tvorevinu autora, izraženu u određenoj formi, bez obzira na njenu umetničku, naučnu ili drugu vrednost, njenu namenu, veličinu, sadržinu i način ispoljavanja, kao i dopuštenost javnog saopštavanja njene sadržine.

Tvorevina je autorsko delo samo ako ju je čovek stvorio svojim radom. Dakle, ne može biti autorsko delo nešto što je ranije već postojalo u prirodi, nešto što je stvoreno aktivnošću životinje ili mašine, pa je to čovek posle samo prezentovao kao svoje delo. Duhovni sadržaj dela mora doći do izražaja u samom delu, a ne u pratećim uputstvima. Ono što jedno delo čini originalnim nije apsolutna novost, već autorova individualnost i inspiracija koju ispoljava u svojoj tvorevini. Određenost forme podrazumeva da delo mora biti uobičajeno u obliku rasporeda znakova, čija vrsta zavisi od vrste dela. Tako recimo pesma mora biti izražena u obliku notnog zapisa.

Jedan deo autorskog prava odnosi se i na zaštitu autorskih dela u muzičkoj industriji.

2. Nosioци prava na muzičkom spotu

Muzički spot predstavlja kratak video zapis sa pesmom kao zvučnom podlogom, a koji je snimljen u cilju njenog komercijalnog promovisanja, u kojem se prepliću različita autorska i srodna prava.

2.1. Autorskoppravna zaštita

Pesma je delo koju čine muzika, tekst i aranžman.

Kada su u pitanju kantautori, nema mnogo dileme oko toga ko je nosilac autorskog i srodnog prava (prava interpretatora). Pesmu stvara jedno lice koje ujedno komponuje muziku, piše tekst i na kraju sam i izvodi svoju muziku.

Ipak, neretko se dešava da na stvaranju pesme radi više od jedne osobe. Prvenstveno, to su kompozitor i tekstopisac. Svako od njih je tvorac jednog segmenta pesme kao celine – kompozitor stvara muziku, tekstopisac piše tekst pesme, a aranžer na kraju sve to sklopi u jednu celinu.

Muzika predstavlja delo autora, odnosno kompozitora, u kome on izražava svoju individualnost kroz zvuk. Sastoji se od tri elemenata – melodije, ritma i harmonije. Ukoliko je kompozitor prilikom komponovanja pesme i usklađivanja njenih elemenata ispoljio svoju individualnu crtu i inspiraciju, odnosno nije plagirao tuđe delo, biće nosilac autorskog prava na svojoj tvorevini.

Tekst pesme, isto kao i muzika, može biti zasebno delo i kao takvo uživati individualnu autorskopravnu zaštitu, a njenim autorom se smatra tekstopisac.

Aranžer ima značajan doprinos u nastanku pesme jer je njegov zadatak da osigura da svi segmenti muzičkog dela budu dobro usklađeni. On muziku prilagođava novim instrumentima, prilagođava volak izvođača pesmi ili obrnuto, određuje tempo i ritam pesme, uklapa prateće vokale. Sve ovo zahteva profesionalnost i originalnost, zbog čega se on smatra nosiocem autorskog prava na pesmi.

Stvaranje muzičkog spota je složen proces koji zahteva visok stepen profesionalnosti i kreativnosti.

U njegovom nastanku ključnu ulogu ima muzički producent. On dobro poznaje tržište, usklađuje spot sa društvenom grupom kojoj je namenjen, bira glumce za spot, uređuje scenu (to može raditi i scenograf po njegovim uputstvima, ukoliko nije oličen u producentu), raspoređuje kamere tako da kadar bude što bolji. Zbog originalnosti koju ispoljava u procesu nastanka muzičkog spota njemu se priznaje.

Pošto muzički spot ima karakter kratkog filma, a kojim se provomiše pesma, autorsko pravo ima i glavni snimatelj.

Izvođač (pevač) se ne smatra autorom muzičkog spota, osim ukoliko nije učestvovao u njegovom nastanku kao tekstopisac ili kompozitor.

2.2. Srodnopravna zaštita

Srodna prava koja se štite u smislu muzičkog spota jesu pravo interpretatora, pravo proizvođača fonograma i pravo proizvođača videograma.

Interpretacija predstavlja način na koji interpretator svojim ličnim angažovanjem izvodi jedno autorsko delo. Nosioци prava interpretatora jesu pevač kao i glumci (profesionalni ili amaterski) angažovani radi snimanja spota.

Fonogram je snimak zvuka, odnosno niza zvukova na nosaču zvuka (npr. na CD-u), a koji je snimilo fizičko ili pravno lice u svojoj organizaciji i svojim sredstvima ili tuđim sredstvima, ali na sopstvenu odgovornost. Nosilac prava proizvođača fonograma je muzički producent u čijem studiju je pesma snimljena.

Videogram jeste snimak filmskog dela ili određenog niza pokretnih slika sa ili bez pratećeg zvuka na nosaču slike, odnosno nosaču slike i zvuka (npr. na DVD-u) a koji je snimilo fizičko ili pravno lice u svojoj organizaciji i svojim sredstvima ili tuđim sredstvima, ali na sopstvenu odgovornost. Nosilac prava proizvođača videograma jeste muzički producent u čijoj režiji je spot snimljen.

2.3. Ugovorni odnosi

Konkretni odnosi između nosioca prava na muzičkom spotu, poput saglasnosti za objavljivanje muzičkog spota, podele ekonomske koristi od iskorišćavanja muzičkog spota, honorari za lica angažovana na snimanju spota, uređuju se ugovorima.

Ugovorima se takođe uređuje i druga važna pitanja, kao što je na primer rok u kome je potrebno snimiti spot.

Ugovor se zaključuje u pisanoj formi.

3. Nastanak prava

Subjektivno autorsko pravo nastaje samim činom nastanka dela, po sili Zakona o autorskim i srodnim pravima, odnosno nastankom prve verzije muzičkog spota. Ovakav princip neformalnosti lišava autore obaveze preduzimanja bilo kakvih radnji pred nadležnim organima radi sticanja prava na svom delu.

4. Evidencija i deponovanje autorskog dela

Autori mogu deponovati primerak svog dela u Zavod za intelektualnu svojinu i na taj način stiču dodatni dokaz o svom autorstvu u slučaju pokretanja sudskog postupka u vezi sa delom koje je predmet deponovanja.

Deponovanje se vrši podnošenjem prijave Zavodu, a delo se dostavlja na telesnom nosaču koji je podoban da nosi audiovizuelno delo (CD ili USB). Na kraju postupka Zavod podnosiocu zahteva izdaje potvrdu kojom potvrđuje da je u depozit primio baš ono delo koje mu je dostavljeno.

5. Ovlašćenja autora i nosilaca srodnih prava

Subjektivno pravo se sastoji iz moralnih (ličnopravnih) i imovinskopravnih ovlašćenja.

- Moralna prava imaju samo autori i interpretatori i to su prava koja su strogo vezana za ličnost autora/interpretatora i ne mogu se odvojiti od njega. Daju im pravo da svakom drugom zabrani da prisvaja njegovo delo, odnosno da se označava kao autor/interpretator.
- Imovinska prava su prava koja njihovom nosiocu omogućavaju da prisvaja ekonomsku korist za korišćenje dela od strane trećih lica. Ova prava poseduju svi nosioci prava na muzičkom spotu. Recimo, nosioci prava bi imali pravo na naknadu u slučaju da neka televizija emituje njihov spot.

5.1. Prenos ovlašćenja

Moralna prava su strogo vezana za ličnost i ne mogu se prenositi na druga lica.

Imovinskopravna ovlašćenja se mogu prenositi i to se čini ugovorom.

Imovinska prava se mogu preneti na isključiv i neisključiv način. Kod isključivog prenosa jedino je sticalac prava ovlašćen da koristi delo, dok kod neisključivog prenosa i druga lica mogu da ga koriste. U slučaju da to nije regulisano ugovorom, smatraće se da je reč o neisključivom ustupanju.

Za prenos prava je potrebna saglasnost svih nosioca prava na muzičkom spotu.

6. Trajanje autorskog prava

Moralna prava autora i interpretatora traju neograničeno.

Imovinskopravna ovlašćenja autora traju za života koautora i 70 godina od njihove smrti, zavisno od toga ko od njih poslednji umre.

Imovinskopravna ovlašćenja interpretatora (pevača), proizvođača fonograma i proizvođača videograma traju 50 godina od dana izdavanja muzičkog spota.

7. Sudska zaštita

Ukoliko dođe do povrede autorskog ili srodnog prava, bilo koji od nosioca prava može podneti tužbu protiv lica koje je učinilo povredu. Povreda postoji ukoliko neko neovlašćeno vrši radnje koje obuhvataju sadržinu bar jednog ovlašćenja autora ili nosioca srodnih prava.

Povreda prava postoji u slučaju kada, na primer, neko bez saglasnosti nosioca prava izmeni muzički spot i u tako izmenjenom obliku za postavi na Youtube.

Kod isključivog usputanja imovinskopravnih ovlašćenja, i ustupilac je aktivno legitimisan da podnese tužbu za povredu prava, dok kod neisključivog ustupanja sticalac nema to pravo.

8. Kolektivno ostvarivanje prava

Nosioci prava na muzičkom spotu svoja prava mogu ostvarivati i preko organizacije za kolektivno ostvarivanje prava. Posredstvom organizacija, nosioci prava na muzičkom spotu mogu ostvarivati sva ona prava čije je individualno vršenje nemoguće ili je moguće uz velike poteškoće.

Na primer, nosioci prava na muzičkom spotu preko ovih organizacija mogu da ostvare pravo na naknadu za emitovanje spota u kafićima.

Organizacije koje u Republici Srbiji vrše kolektivno ostvarivanje autorskih i srodnih prava su:

- SOKOJ – Organizacija muzičkih autora Srbije
- PI – Organizacija za kolektivno ostvarivanje prava interpretatora
- OFPS – Organizacija proizvođača fonograma Srbije
- UFUSAFA – Organizacija filmskih autora Srbije

To se čini na taj način što se organizaciji ugovorom ustupaju na isključiv način prava s nalogom da ona u svoje ime, a za račun nosioca prava, zaključuje ugovore sa korisnicima dela i naplaćuje od njih naknadu za korišćenje, koju kasnije organizacija raspodeljuje nosiocima prava.

9. Zaključak

Složenost muzičkog spota kao autorskog dela i veći broj nosioca prava na spotu sa sobom može da nosi velike rizike. Radi izbegavanja rizika i pravne sigurnosti preporučljivo je da nosioci prava zaključe ugovore kojima će regulisati svoje međusobne odnose. Ugovorom je potrebno naročito regulisati sledeća pitanja: raspodela naknade, teritorija, rok i obim korišćenja dela, kao i to da li se ovlašćenja ustupaju na isključiv ili neisključiv način.