

Uloga nakladnika glazbenih sadržaja/ Završni koncert

Radić, Juraj

Undergraduate thesis / Završni rad

2020

Degree Grantor / Ustanova koja je dodijelila akademski / stručni stupanj: **Josip Juraj Strossmayer University of Osijek, Academy of Arts and Culture in Osijek / Sveučilište Josipa Jurja Strossmayera u Osijeku, Akademija za umjetnost i kulturu u Osijeku**

Permanent link / Trajna poveznica: <https://um.nsk.hr/um:nbn:hr:251:913990>

Rights / Prava: [In copyright](#) / [Zaštićeno autorskim pravom.](#)

Download date / Datum preuzimanja: **2025-04-02**



Repository / Repozitorij:

[Repository of the Academy of Arts and Culture in Osijek](#)



SVEUČILIŠTE JOSIPA JURJA STROSSMAYERA U OSIJEKU
AKADEMIJA ZA UMJETNOST I KULTURU
ODSJEK ZA INSTRUMENTALNE STUDIJE
SVEUČILIŠNI PREDDIPLOMSKI STUDIJ ŽIČANIH INSTRUMENTATA
SMJER GITARA

JURAJ RADIĆ

ULOGA NAKLADNIKA GLAZBENIH SADRŽAJA

ZAVRŠNI RAD

MENTOR: Blanka Gigić Karl, mag.mus.univ.spec.oec., predavačica

Osijek, 2020.

SADRŽAJ

1. SAŽETAK	4
2. UVOD	5
3. GLAVNE ULOGE NAKLADNIKA	6
3.1. KREATIVNA ULOGA	6
3.2. ADMINISTRATIVNA ULOGA	6
3.3. LICENCIRANJE	7
4. VELIKE NAKLADNIČKE KUĆE	7
5. SAMOSTALNO IZDAVAŠTVO	8
6. NAKLADNIČKE KUĆE I UDRUGE U REPUBLICI HRVATSKOJ	9
6.1. CROATIA RECORDS	9
6.2. MENART	9
6.3. SUZY RECORDS	9
6.4. AQUARIUS RECORDS	10
6.5. DALLAS RECORDS	10
6.6. DANCING BEAR	11
6.7. HIT RECORDS	11
6.8. CANTUS RECORDS	11
6.9. SCARDONA	11
6.10. SBS MUSIC	11
6.11. HDU	12
6.12. ZAPRAF	13
6.13. HDS ZAMP	13
7. PRIHODI U GLAZBENOM NAKLADNIŠTVU	14
7.1. PRIHOD OD IZDAVAŠTVA I AUTORSKIH PRAVA	14
7.3. PRAVO OBJAVLJIVANJA	14
7.4. PRAVO NA REPRODUKCIJU	15
7.5. PRAVO NA JAVNO OBJAVLJIVANJE I PRIOPĆAVANJE AUTORSKOG DJELA JAVNOSTI	15
7.6. PRAVO NA PRILAGODBU	15
7.7. KOMBINACIJE PRAVA	16
8. IZVORI NOVCA U NAKLADNIŠTVU	16
	2

8.1. NOTE	17
8.2. MEHANIČKA PRAVA	18
8.2.1. ŠTO SU MEHANIČKA PRAVA?	18
8.2.2. OSTVARIVANJE MEHANIČKIH PRAVA	19
8.3. PROCES MEHANIČNOG LICENCIRANJA	20
8.4. IZVJEŠĆIVANJE UPOTREBE I IZDAVANJE NOVIH DJELA	20
8.5. PRERADE DJELA	20
8.6. SINKRONIZACIJA U FILMU ILI TELEVIZIJI	20
8.7. KORIŠTENJE PRODUKCIJSKE GLAZE	21
8.8. NARUČIVANJE ORIGINALIH GLAZBENIH KOMPOZICIJA	21
8.9. LICENCIRANJE VEĆ SNIMLJENOG MATERJALA	21
8.10. SINKRONIZACIJA OGLASA - PROMOCIJA ROBA I USLUGA TREĆE STRANE	22
8.11. JAVNO IZVOĐENJE I KOMUNIKACIJA S JAVNOSTI	22
8.12. RAZNOVRSNI PRIHODI	23
8.13. ULAGANJE U NAKLADNIŠTVO	23
9. ZAKLJUČAK	24
10. POPIS LITERATURE	25, 26

1. SAŽETAK

Glazbeno nakladništvo/glazbeno izdavaštvo jedna je od najstarijih grana glazbene industrije te je od iznimne važnosti za nju. Skladatelji i tekstopisci stvaraju djela kojima je nužna administrativna podrška kako bi se zaštitilo autorstvo i kontroliranom distribucijom glazbenog djela ostvarivali prihodi. Većina autora (skladatelji, tekstopisci, kantautori, izvođači) je previše zauzeta ili nema stvorenu vlastitu administrativnu strukturu i podršku koja omogućava svakodnevno praćenje njihovih autorskih djela, točnije načina na koje ih koriste drugi. Ovu zadaću preuzimaju nakladnici koji se, temeljem potpisanog ugovora, brinu o intelektualnom vlasništvu autora te ostalih nositelja autorskih prava u zamjenu za dio prihoda koje intelektualno vlasništvo generira. Ovakav način suradnje i poslovanja temelji se na simbioznoj vezi autora i nakladnika gdje se autoru omogućava fokusiranje na kreativno djelovanje dok se nakladnik brine o produkciji, uređivanju, tiskanju, grafičko-likovnom oblikovanju, reproduciranju, promidžbi, distribuciji glazbenog djela, njegovom licenciranju i zaštiti autorskih prava.

Ključne riječi: nakladnik/izdavač (nakladnička kuća/izdavačka kuća), prava, licenciranje, udruga

2. UVOD

Tema ovog završnog rada je glazbeno nakladništvo.

Glazbeno nakladništvo podrazumijeva činove distribucije nota, glazbene produkcije i/ili distribucije zvučnih zapisa - nosača zvuka i slike u svrhu reproduciranja glazbe. Glazbeni nakladnici nemaju puno zajedničkih osobina kada ih se usporedi s klasičnim izdavačima, već se radi o pravnim osobama koje su zadužene za raspolaganje autorskim glazbenim djelom. Jednostavnije rečeno, nakladnici autorima te ostalim nositeljima prava na djelo pružaju nakladničke usluge, a zauzvrat dobivaju udio prihoda koje određeno glazbeno djelo generira. Povijest modernog glazbenog nakladništva počinje u 19. stoljeću kada su se glazbeni nakladnici i autori počeli povezivati radi stvaranja i izdavanja popularne glazbe. U počecima su uglavnom zastupali autore u vidu izdavanja i distribucije notnih zapisa, a danas njihova djelatnost obuhvaća višestruke funkcije/zadaće.

U prvoj cjelini ovog završnog rada biti će definirane sve glavne funkcije glazbenih nakladnika. Zbog kompleksnosti poslova kojima se bave, kao i brojnih područja na kojima blisko surađuju, smatram da je važno predočiti broje uloge nakladnika te široke kompetencije koje razvijaju i područja na kojima djeluju.

Nakon uloga nakladnika, biti će nabrojane najveće i najuspješnije hrvatske nakladničke kuće i udruge. Ovo poglavlje služi kao osvrt na dugu povijest hrvatskog nakladništva, a osobito u razdoblju nakon osnutka hrvatske države.

U završnom poglavlju ovog rada raščlaniti ću ekonomiju nakladništva kao takvog te načine na koje autori i sami nakladnici generiraju prihode koristeći autorska glazbena djela.

3. GLAVNE ULOGE NAKLADNIKA

Glavne funkcije i uloge glazbenih nakladnika mogu se sažeti na sljedeći način:

3.1. KREATIVNA ULOGA

- Snimanje vlastitih autora i izvođača "in house" (unutar te diskografske kuće) te angažiranje vanjskih suradnika koji su specijalizirani u glazbenoj produkciji.
- Motiviranje i poticanje autora, umjetnika i diskografskih kuća da se snimaju djela koja su u njihovom vlasništvu.
- Promicanje ugleda autora i izvođača kvalitetnim predstavljanjem i promoviranjem te poboljšavanjem/razvojem tržišta za njihova glazbena djela.
- Promidžba vlastitih autora prema drugim diskografskim kućama, filmskim i televizijskim produkcijskim tvrtkama i reklamnim agencijama.
- Pomaganje autorima u postizanju boljih ponuda i financiranje njihovih promotivnih nastupa i predstavljanja.
- Razvijanje autora kao umjetnika.
- Pomaganje autorima/umjetnicima osiguravanjem dobrog menadžmenta.
- Davanje općih savjeta o karijeri.

3.2. ADMINISTRATIVNA ULOGA

- Suradnja s udruženjima kao što su npr. HDU/FAPRAF, ZAPRAF, HDS te onima izvan Republike Hrvatske putem kojih se promiču interesi nakladnika te dogovaraju i utvrđuju zajednički kriteriji za djelovanje nakladnika.

- Obavljanje svih administrativnih dužnosti koje su uključene u registraciju, održavanje i zaštitu autorskih prava.
- Zaštita glazbenih djela od neprimjerene ili neovlaštene uporabe.
- Prikupljanje autorskih honorara ostvarenih za pokretanje i korištavanje glazbe/glazbenog djela.

3.3. LICENCIRANJE

- Uvjeravanje, motiviranje, poticanje drugih korisnika glazbe, kao što su filmski i televizijski producenti, oglašivači i programeri igara da naruče nova djela od svojih autora. ili da koriste postojeća glazbena djela, a čije licence osiguravaju prava za takvu upotrebu.
- Objavljanje nota ili davanje drugima prava da ih objavljuju.
- Licenciranje upotrebe glazbe u posebnim proizvodima ili premijama.

4. VELIKE NAKLADNIČKE KUĆE

Glazbeni nakladnici djeluju na različite načine i dolaze u sve većem broju oblika. Tradicionalni, postojeći i aktivni nakladnici (izdavačke kuće), obavljaju većinu ili sve gore navedene funkcije.

Velike izdavačke kuće, što se danas referira na Big Three (Sony Music Entertainment, Warner Music Group, Universal Music Group), su skupovi velikih izdavačkih kuća koji su se tokom svog djelovanja spojile u jednu moćnu tvrtku. Djeluju internacionalno, koristeći manje diskografske kuće koje imaju ulogu predstavnika za određenu zemlju ili regiju.

Osnivaju se i neovisni internacionalni izdavači sa sjedištima u pojedinim zemljama, poput Native Tongue Music Publishing ili Albert Music, koji također nude "punu uslugu". Izdavačka kuća Menart obavlja ovu ulogu na prostoru Republike Hrvatske i regije sa svojom službenom licencom

i partnerstvom sa sljedećim tvrtkama: BMG, SONY, EDEL, ToCo Aviva Int'l, Eagle Rock Records, Sanctuary Records, DMC i PIAS.

Kako bi ojačale svoju moć, velike izdavačke kuće nastoje "uvući" što veći broj malih, neovisnih nakladnika. Na primjer, Warner Music Group je 2007. godine kupio 73% dionica jedne od vodećih heavy metal izdavačkih kuća Roadrunner Recordsa (Gojira, Dream Theater, Porcupine Tree, Opeth.), a krajem 2010. godine postao je potpuni vlasnik indie diskografske kuće.

Uz izdavačke kuće postoje i izdavačka društva osnovana za provedbu prava na već izdanu glazbu koja je u vlasništvu udruženih izdavačkih kuća. Australiski Mushroom Music Publishing je glavni primjer ovakvog izdavačkog društva no njihovo područje djelovanja je sada i mnogo šire.

Postoje također i izdavačke uprave, poput Bug Music ili Kobalt Music, koje ne nude gore navedenu "potpunu uslugu" već omogućuju autoru da dobije sveobuhvatne administrativne, a ponekad kreativne i licencirajuće, usluge bez potrebe sklapanja punog izdavačkog ugovora.

5. SAMOSTALNO IZDAVAŠTVO

Na žalost, nemilosrdno tržište tjera brojne slobodne izdavačke kuće u pooštavanje pravila koja moraju biti zadovoljena kako bi ugovor bio potpisan, unose se brojne stavke koje definiraju stvaranje glazbe i imidž autora kojeg će zastupati, dok su velike nakladničke kuće još strože po tom pitanju. Uz brojna pravila, koja moraju biti zadovoljena prije potpisivanja ugovora, česte su i intervencije tokom samog procesa snimanja, kada se glazbenike vraća u studio kako bi promijenili nepoželjne elemente pojedinih pjesama koji, prema mišljenju izdavača, mogu negativno utjecati na buduću prodaju glazbenog djela.

Nakladnici, uz brojna pravila koja se moraju poštivati tokom produkcije, također utječu i na izgled i identitet autora. Većina nakladničkih kuća stavlja profit prije samih autora, što za njih često znači da gube utjecaj na brojne elemente koji čine njihov osobni stil. Posao stvaranja imidža autora/glazbenika podrazumijeva djelovanje i rad profesionalaca, kojima je primarni cilj pratiti tržište, ugoditi masama i ostvariti profit.

Uz agresivnu ekspanziju i način djelovanja velikih nakladnika poptuna suprotnost se može pronaći u samostalnom i neovisnom izdavanju glazbe.

Autori se, vidjevši kako veliko izdavaštvo gubi na snazi i moći (depersonalizacija, smanjenje prihoda itd.), okreću drugačijem načinu poslovanja kako bi ostali nezavisni, a istovremeno si osigurali i ekonomsku stabilnost.

Konstantan napredak tehnologije olakšava i omogućava produciranje vlastite glazbe bez pomoći izdavačkih kuća.

Najveća prednost samostalnog izdavaštva je zadržavanje svih autorskih prava, što podrazumijeva i neovisno odlučivanje o svim aspektima koji su uključeni u stvaranje, produkciju i daljnje korištenje glazbe. Drugim riječima, autor na ovaj način ostaje autonoman i ne može se naći u nepogodnoj situaciji kod velikog nakladnika, a koja je često posljedica brzopletosti, nedovoljnog znanja i/ili iskustva.

6. NAKLADNIČKE KUĆE I UDRUGE U REPUBLICI HRVATSKOJ

6.1. CROATIA RECORDS

Osnovana je 10. srpnja 1947. godine pod nazivom "Jugoton", a ime mijenja 1. listopada 1991. no ta promijena ne mijenja njezinu osnovnu svrhu koja je donošenje jazz, klasične, instrumentalne, pop, rock, zabavne i etno glazbe slušateljima ovih prostora. Croatia Records je najstarija te po uspjehu vodeća izdavačka kuća u Republici Hrvatskoj čemu svjedoči činjenica da proizvodi Croatia Recordsa čine 70% ukupne proizvodnje nosača zvuka u Hrvatskoj.

6.2. MENART

Osnovana 1997. godine u Zagrebu. Menart je nakladnička kuća koja svoj ubrzan razvoj može

pripisati udruženju izdavačkih tvrtki IFPI (International Federation of the Phonographic Industry). Taj fokus na razvijanje veza sa jačim, stranim diskografskim tvrtkama rezultirao je ekskluzivnim licencama za Sony Music.

6.3. SUZY RECORDS

Izdavačka tvrtka Suzy Records nije započela kao uobičajeno nakladničko poduzeće već kao tvrtka čiji je fokus bio na organiziranju koncerata i distribuciji nosača zvuka. Od svojih početaka 1972. godine Suzy Records nikada nije imala vlastite pogone za proizvodnju, već je svoj interes pronašla isključivo u izdavačkom smislu. Ovaj administrativni pristup kulminira osnivanjem produžnice Suzy Soft koja se bavila izdavanjem računalnih igara no manjak poslovnog uspjeha rezultira zatvaranjem 1987. godine.

6.4. AQUARIUS RECORDS

Osnovana završetkom Domovinskoga rata 1995. godine, tvrtka Aquarius Records postigla je impresivan uspjeh. Sa stotinama albuma i brojnim osvojenim Porinama te sa više od šest stotina objavljenih CD-a, ova izdavačka kuća uspjeh može pripisati svom temeljnom načelu rada - promociji kvalitetne glazbe široj publici. Uz klasične izdavačke dužnosti, kuća Aquarius Records dodatan uspjeh pronalazi i u organizaciji koncerata, s preko stotinu uspješno organiziranih glazbenih okupljanja.

6.5. DALLAS RECORDS

Od svog osnutka 1994. godine izdavačka kuća Dallas Records izdala je više od devet stotina albuma te se osim diskografijom, kroz svoju partnersku tvrtku Mars Music, bavi izdavaštvom.

6.6. DANCING BEAR

Osnovana 1990. godine u Zagrebu, diskografska kuća Dancing Bear svoje mjesto na tržištu pronalazi uslugama filmske produkcije te kroz Dancing Bear Nakladu blisko surađuje s domaćim i stranim autorima. Internacionalna suradnja kulminirala je dobivanjem zastupništva za američku tvrtku Warner/Chappel Music.

6.7. HIT RECORDS

Osnovana 2003. godine u Zagrebu, diskografska kuća Hit Records pruža usluge snimanja, distribucije i organizacije koncerata. Član je udruženja diskografskih tvrtki IFPI (International Federation of the Phonographic Industry).

6.8. CANTUS RECORDS

Osnovana 2000. godine od strane Hrvatskog društva skladatelja diskografska kuća Cantus d.o.o svoju misiju pronalazi u promicanju hrvatske glazbe na domaćoj i internacionalnoj razini. Uz promociju, glave djelatnosti Cantusa su diskografsko, notno i knjižno-publicističko nakladništvo.

6.9. SCARDONA

Osnovana 1998. godine, Scardona je nakladnička kuća čiji je fokus na promicanju dalmatinske klapske glazbe/pjesme te se uz snimanje bavi i organizacijom koncerata.

6.10. SBS MUSIC

SBS MUSIC, osnovana 1998. godine je audio – video, produkcijska i nakladnička kuća. Osim diskografskih izdanja, producira i razne promotivne TV-spotove i dokumentarne filmove.

6.11. HDU

Hrvatska diskografska udruga osnovana je 14. lipnja 1995. godine kao skup osoba/pojedinaca koje se bave diskografijom. Zbog tadašnjeg zakona udruživanje na druge načine nije bilo moguće što ih je potaknulo na aktivno djelovanje u izradi zakonskog okvira i pripremi dopuna postojećeg Zakona o autorskom pravu. Uloženi trud rezultirao je promijenama Zakona te prepoznavanjem prava diskografa, što je omogućilo nakladnicima realizaciju prvotnog plana - osnivanje udruga pravnih osoba. Godine 2000. HDU usvaja novi statut koji je izrađen prema načelima IFPI-a (Međunarodna federacija fonografske industrije) čime je nacionalna/hrvatska diskografija usklađena s međunarodnom diskografskom scenom.

Godine 2004. HDU mijenja svoj naziv u FAPRAF - Udruga za zaštitu, prikupljanje i raspodjelu fonogramskih prava, čija je zadaća prikupljanje i raspodjela naknada koje su generirane korištenjem autorskih prava.

Ciljevi i zadaće HDU/FAPRAF su:

- Zastupanje i promicanje interesa diskografa – proizvođača fonograma, odnosno interesa glazbene industrije Republike Hrvatske uopće.
- Unaprjeđivanje i promicanje zakonodavne djelatnosti na području autorskih i srodnih prava, kao i na drugim pravnim područjima koja izravno ili neizravno utječu na djelatnost diskografa ili njihovu djelatnost reguliraju.
- Postizanje efikasne i potpune zaštite prava diskografa te potpunog suzbijanja svih oblika nelegalnog umnožavanja fonograma.
- Povezivanje sa svjetskom udrugom diskografa (IFPI), kao i suradnje s ostalim inozemnim strukovnim udrugama.
- Utvrđivanje zajedničkih elemenata ugovora s autorima, izvođačima, licencnim partnerima, distributerima i slično.
- Utvrđivanje zajedničkih kriterija za dodjelu diskografskih nagrada i priznanja.
- Utvrđivanje, odnosno, verifikacija službenih ljestvica o prodaji proizvoda (Top liste najprodavanijih albuma).

- Utvrđivanje zajedničkih elemenata i stavova u odnosu diskografije i članova HDU-IFPI Croatia prema elektronskim medijima, tiskanim i ostalim sredstvima javnog priopćavanja.
- Unaprjeđenje i reguliranje međusobnih odnosa članova HDU-a.
- Druge aktivnosti u funkciji unapređivanja diskografije.¹

6.12. ZAPRAF

Udruga za zaštitu, prikupljanje i raspodjelu fonogramskih naknada - ZAPRAF, je dobrovoljna, neprofitna i nevladina udruga koja sukladno zakonu promiče interese diskografa – proizvođača fonograma, kao i interese diskografske i glazbene industrije Republike Hrvatske uopće. Također treba spomenuti i međunarodne ugovore i konvencije koje je prihvatila i ratificirala Republika Hrvatska (Bernska konvencija, Rimski konvencija, Univerzalna konvencija, Fonogramski konvencija, Satelitska konvencija, sporazum TRIPS, ugovori WCT i WPPT), a na kojima se temelji cjelokupni svjetski sustav kolektivne zaštite autorskih prava, pa tako i hrvatski.²

6.13 HDS ZAMP

Hrvatsko društvo skladatelja (HDS) je stručna udruga autora, skladatelja i tekstopisaca koji se bave promocijom hrvatske glabe, a djelovanjem Službe zaštite autorskih muzičkih prava (ZAMP) unutar HDS njezinom zaštitom. Dio je internacionalnih organizacija CISAC (Međunarodna konfederacija društava autora i skladatelja) i BIEM (Međunarodni ured za mehanička izdanja) te kroz međunarodnu suradnju osigurava poštivanje prava domaćih i stranih autora.

¹<https://hdu.hr/o-nama/>, pristupljeno: 24.8.2020.

²<https://zapraf.hr/hr/povijest/>, pristupljeno 24.8.2020

7. PRIHODI U GLAZBENOM NAKLADNIŠTVU

7.1. PRIHOD OD IZDAVAŠTVA I AUTORSKIH PRAVA

Ne postoji čišći oblik korištenja autorskih prava nego glazbeno izdavaštvo. Svi prihodi od objavljivanja glazbe zarade se putem administracije, prikupljanja tantijema i provedbe autorskih prava.

"Nakladnički prihod" je prihod koji se temelji na zakonskom okviru i sustavu te uključuje: mehaničke i digitalne tantijeme, prodaju nota, provizije za nova djela, licenciranje za uporabe kao što su film, televizija i oglasi, naknade za izdavanje dozvola za javnu izvedbu i emitiranje glazbe/glazbenih djela.

7.2. PRAVA, KORISTI I NOVAC

Zakon o autorskom pravu i srodnim pravima (Narodne novine 167/03, 79/07, 80/11, 125/11, 141/13, 127/14, 62/17, 96/18) daje autorima te nositeljima autorskih prava u glazbenom i tekstualnom dijelu glazbenog djela niz ekskluzivnih prava.

7.3. PRAVO OBJAVLJIVANJA

Najčešći način ostvarivanja ovog prava je ispis nota (Zakon o autorskim pravima formulira da pravo objavljivanja ne uključuje izradu tonskog zapisa ili izvedbu uživo). Mnoga glazbena djela nikada nisu "objavljena". Novac iz ovog izvora se zove "ispisni prihod".

7.4. PRAVO NA REPRODUKCIJU

Ovo je pravo snimanja u mediju koji omogućuje da se glazba/pjesma reproducira (čuje) kasnije. Uobičajeni reproduksijski mediji uključuju CD-ove, digitalne zvučne datoteke kao što su MP3, DVD, film, tvrdi diskovi, memorijske kartice te vinil zapise. Kada je reprodukcija samo audio i putem spomenutih reproduksijskih medija, naknada vlasniku autorskih prava za dopuštanje reprodukcije ostvaruje se kao "mehanički prihod" (mehanički dohodak), uz napomenu da se ta fraza također koristi za opisivanje tantijema od prodaje glazbenih DVD-ova. Kada je reprodukcija audio-vizualna (npr. film, televizija ili drugi oblici kombiniranja snimljene glazbe s pokretnim slikama) takav se prihod naziva "prihodom za sinkronizaciju".

Mehanički i sinkronizirani prihod ostvaruju zaradu iz isključivog prava autora i nositelja autorskog prava na reprodukciju djela. Mehanički prihod je bio primaran u vrijeme kada su ljudi kupovali fizičke zapise - osobito ploče ("single" i "long play") te CD i DVD u velikom broju. Digitalna prodaja nije uspjela nadoknaditi takav oblik prodaje i prodajna je djelatnost smanjena. Dva ključna efekta tog smanjenja su: izdavači sada gledaju licenciranje i sinkronizaciju kao ključni izvor prihoda, a velika se promjena odvila i kod avansne isplate - izdavač više ne može predvidjeti očekivani mehanički prihod što utječe na pregovore s autorima i visinu njihovih predujama/avansa.

7.5. PRAVO NA JAVNO OBLJAVLJIVANJE I PRIOPĆAVANJE AUTORSKOG DJELA JAVNOSTI

Ta prava obuhvaćaju sve situacije u kojima se glazba izvodi ili javno priopćava, a ne privatno. Uključuje nastupe uživo i komunikaciju putem radijskog i televizijskog emitiranja, streaminga, širokopolasne ili telefonske linije itd. Taj tok prihoda općenito se naziva "prihod od izvođenja" (performansa).

7.6. PRAVO NA PRILAGODBU

Ovo je pravo na promjene autorski zaštićenih djela. Najčešći primjer za to je izrada aranžmana ili transkripcija. Ako netko radi svoj vlastiti aranžman tuđeg rada (osim ako djelo nije zaštićeno

autorskim pravima ili ako postoji ugovor s vlasnikom prava), neće zaraditi nijedan dio izvornog prihoda. Preradom ili preuređivanjem ne ostvaruje se nikakvo vlasništvo nad izvornim djelom ili njegovim tokovima prihoda. Na primjer, ako bend Disturbed odluči preraditi pjesmu "The Sound of Silence" američkog dua Simona & Garfunkela, oni ga mogu snimiti i izvesti uživo. U tom slučaju, bend Disturbed će ostvariti prihode od ulaznica dok će duo Simon & Garfunkel, preko njihove izdavačke kuće Columbia Records, ostvariti "nakladnički prihod" (prihod od izdavaštva).

7.7. KOMBINACIJE PRAVA

Neka korištenja autorski zaštićenog materijala uključuju i ostvarivanje više od jednog prihoda i realizaciju više od jednog prava u isto vrijeme. Primjer za to je digitalno preuzimanje: proces zahtijeva ostvarivanje prava reprodukcije i prava komunikacije. S tim u skladu, kada je pjesma ili melodija zvona legalno preuzeta, skladatelj ujedno prima mehaničke prihode te prihode za javno izvođenje.

8. IZVORI NOVCA U NAKLADNIŠTVU

Svjetsko glazbeno izdavaštvo globalno je vrijedno više milijardi dolara, a u Republici Hrvatskoj godišnje se realizira oko 40-50 milijuna dolara. Ključni izvori prihoda od nakladništva glazbe su mehaničke reprodukcijske pristojbe, sinkronizacija i slični prihodi od licenciranja, naknade za izdavanje dozvola za emitiranje i komunikaciju te prihod od ispisa. Najveći postotak prihoda i dalje pripada mehaničkim prihodima koji obuhvaćaju reprodukciju glazbe na snimkama ("mehanička reprodukcija" je pogrešan naziv za digitalne snimke, ali o tome ću raspravljati u nastavku). Poslije mehaničkog prihoda važnost se daje prihodu od sinkronizacije koji dobiva na vrijednosti i značaju zbog porasta televizijskog programa temeljenog na glazbi, a baziranog na različitim teritorijalnim verzijama npr. American Idol, America's Got Talent, The Voice i sličnim show programima.

Iako neka polja glazbenog nakladništva rastu, zbog smanjenja prodaje glazbenih medija na globalnoj razini izdavaštvo pati od smanjenih prihoda, posebno mehaničkih.

Dodatan problem dolazi i iz napredka u tehnologiji, što rezultira centraliziranim sustavom uprave za autorska prava i tantijeme, što znači da lokalne podružnice višenacionalnih izdavača imaju manje posla.

Porast prodaje je jedino vidljiv u digitalnim medijima, osobito u prodaji glazbenih uzoraka, što postaje mnogo značajniji izvor prihoda nego prije. Postupak korištenja raznih uzoraka, posebice melodija u drugim djelima postaje standardiziraniji i jednostavniji za korištenje. Neki izdavači su slijedili stalne aranžmane s proizvođačima dugogodišnjih TV programa, npr. kao što je HRT, dajući proizvođačima programa pristup katalogu izdavača uz stalnu (npr. godišnju) ili povoljniju naknadu.

8.1. NOTE

Povijesno gledano, objavljivanje nota/notnog zapisa bila je prvotna aktivnost izdavača i njihov glavni izvor prihoda, ali to više nije tako. Napredak tehnologije u posljednjih 70-ak godina zamjenjuje objavu nota kao primarnog sredstva za distribuciju glazbe u javnosti. Međutim, iako je prodaja nota ugrožena snimljenim medijima, to i dalje ostaje multimilijunski posao.

Notni zapisi i veliki postotak tiskovina te vrste prodaje se školama i drugim obrazovnim institucijama. Oni su još uvijek iznimno važni za izdavače, osobito klasične glazbe, čije proizvode koriste stotine tisuća studenata i profesionalaca.

Klasični ispis, umnožavanje i distribucija nota je trenutno u daljnjem padu, iako je opseg grafičke reprodukcije glazbenih partitura i notacija proširen u digitalnom dobu - postoje mnogi obrazovni digitalni programi koji koriste spoj audio i vizualnih medija u online formatu te zamjenjuju "print" reprodukciju.

8.2. MEHANIČKA PRAVA

Iako je porasla važnost licenciranja i prihoda od sinkronizacije, "mehanički prihod" od reprodukcije glazbe na zvučnim snimkama još uvijek je vrlo važan izvor prihoda za izdavače glazbe, a time i autore te nositelje autorskog prava. U osnovi, plaćanje mehaničkih tantijema je način na koji autori dobivaju prihode od izvođača i diskografskih kuća koje koriste njihov materijal.

8.2.1. ŠTO SU MEHANIČKA PRAVA?

Mehanička prava (tantijeme) su takse koje se plaćaju autoru i/ili vlasniku autorskih prava na glazbu (ili tekst) u zamjenu za dozvolu koja uključuje rad na zaštićenom materijalu. To se zove mehanička tantijema (mehaničko pravo) zato što je glavna metoda reprodukcije pjesama, u vremenima prije modernih metoda snimanja, bila glazbena kutija, a kasnije pianola pomoću klavir-role. U počecima masovnije popularizacije glazbe i definiranja autorskih prava takvi uređaji su bili nazivani "mehaničkim uređajima". Određena taksa je morala biti plaćena skladatelju za pravo da se njegovu glazbu stavi na klavirsku rolu. Iz tog razloga je uveden, i dalje se koristi, izraz "mehanička tantijema". Razne "šeme" za mehaničke dozvole su uvedene kako bi se ograničio monopol pojedinih proizvođača klavirskih pianola koji su svoj utjecaj širili preko popularnih pjesama, a čija su ekskluzivna prava reproduciranja zadržavali za sebe.

Iako su mehaničke tantijeme bile umjeren izvor prihoda početkom prošlog stoljeća, tek su moderna sredstva i način reprodukcije dopustila doista masovnu distribuciju i prodaju. "Mehanički" i dalje ostaje pojam u glazbenoj industriji i nakladništvu, a nije pravni pojam i nije tehnološka specifikacija. Na primjer, iako je danas proces reprodukcije glazbe na CD-u digitalni, a ne mehanički, mi još uvijek koristimo taj termin za opisivanje prava na korištenje materijala na CD-u.

U današnje vrijeme, kada su digitalna preuzimanja sve važniji oblik distribucije, važno je napomenuti da proces preuzimanja uključuje korištenje dvaju različitih prava: prava komunikacije

(stavljanjem na raspolaganje i prijenosom na internetu) i mehaničke reprodukcije. Prema tome, plaćaju se i mehaničke i performansne/komunikacijske tantijeme.

8.2.2. OSTVARIVANJE MEHANIČKIH PRAVA

Iako su proizvodnja i prodaja snimaka najvažniji izvor mehaničkog dohotka, postoji ogroman broj različitih situacija u kojem HDS ZAMP može odobriti mehaničku licencu u ime svojih članova.

Neki od njih uključuju:

1. Demo/audicija: audio snimke posebno izrađene za izdavače glazbe, diskografskih kuće, umjetnike, orkestre, bendove, a koje služe za promicanje izvođača i/ili skladatelja.
2. Pozadinska glazba: Snimke napravljene isključivo za upotrebu u pozadini promocija ili drugih javnih događaja. Ove snimke se ne mogu koristiti za reklamne svrhe ili za potrebe promocije nekog događaja ili proizvoda.

Licence za pozadinsku glazbu također kupuju pubovi i trgovine te druge tvrtke koje prepoznaju važnost ambijentalne glazbe te njezin pozitivan utjecaj na potencijalnog kupca.
3. Obrazovne: snimke koje su samo u audio formatu, a koje je napravila edukativna institucija. Stavljaju se na raspolaganje učenicima bez naplate. Tamo gdje institucija namjerava prodavati snimke studentima, takve snimke spadaju unutar kategorije "za maloprodaju". Ako osoba snima materijal u obrazovne svrhe i prodaje ih obrazovnim ustanovama ili njihovim studentima, takve snimke ponovno spadaju unutar kategorije "za maloprodaju".
4. Premije: Ako se snimka daruje kao promocija nekog proizvoda, posebno odobrenje se mora dobiti od strane izdavača HDS ZAMP ne može samostalno odobriti licencu ili odrediti naknadu.
5. Melodije zvona i preuzimanja: kada se glazbena djela prodaju kao medij koji se preuzima ili koristi kao melodije zvona za mobilne telefone, koriste se dva prava, ono na reprodukciju i javnu komunikaciju.

8.3. PROCES MEHANIČNOG LICENCIRANJA

Mehaničko licenciranje može se obaviti putem interneta, koristeći online bazu podataka o autorskim pravima koji su pohranjeni u opsežnoj bazi HDS ZAMP.

8.4. IZVJEŠĆIVANJE UPOTREBE I IZDAVANJE NOVIH DJELA

Za svako novo izdanje djela članovi HDS ZAMP moraju podnijeti iste podatke - uključujući pojedinosti o produkciji u cjelini (naslov, izvođač, kataloški broj itd.) i svaku pojedinu snimku koja je prikazana u produkciji (naslov pjesme, pisci, itd.). Algoritam koji obrađuje podnesene podatke povezuje pjesme s već postojećim radovima ili stvara novi zapis. Rezultati se ručno provjeravaju i zatim stavljaju na raspolaganje izdavačima da ih pregledaju i omoguće potraživanja putem sustava za razmjenu podataka.

8.5. PRERADE DJELA

Vlasnik autorskih prava na kompoziciju ima pravo odobriti prvo izdanje snimke te glazbe u javnosti. No, nakon što se to izdanje dogodi, tada svatko može snimiti i objaviti svoju preradu snimke, sve dok plaćaju odgovarajuću "mehaničku naknadu". Pravo na "pokrivanje" sadržano je u Zakonu o autorskim pravima i poznato je kao "zakonska licenca".

S obzirom da se mehanički prihod plaća bez obzira na to tko snima rad, očito je da skladatelj ima koristi od većeg broja snimaka. Što je više snimljenih verzija, to je potencijalna prodaja i zarada veća.

8.6. SINKRONIZACIJA U FILMU ILI TELEVIZIJI

Svi filmovi i televizijski programi koriste glazbu na svojim zvučnim zapisima. Kako bi mogli koristiti glazbu u svojem programu producenti moraju kupiti "prava za sinkronizaciju". Taj naziv

dolazi iz radnje u kojoj producent sinkronizira glazbu s pokretnim slikama. Producenti imaju izbor, mogu koristiti "produksijsku glazbu" ili mogu zaposliti kompozitora koji onda piše originalnu glazbu za film ili pak licencirati njegove već snimljene skladbe. Producenti ponekad koriste kombinaciju sva tri tipa glazbe.

8.7. KORIŠTENJE PRODUKCIJSKE GLAZBE

Produksijska glazba je u osnovi arhiva generičkog materijala sastavljenog i snimljenog za upotrebu, primarno u filmu, dramskoj seriji i sl. Ako, na primjer, korisnik želi "ljubavnu glazbu", "glazbu za potres", "glazbu za bitku" ili što god drugo, sve što treba učiniti je upisati traženi pojam te pomoću indeksa naći što želi. Produksijska glazba pripada nakladniku i, zato što nije dostupna za ekskluzivno licenciranje, uglavnom je prilično jeftina za licenciranje. Produksijska glazba, za razliku od drugih izvora glazbe, licencirana je po fiksnim cijenama za posebne namjene. Korisnik bira materijal koji želi i plaća iznos za glazbu koju stvarno koristi.

8.8. NARUČIVANJE ORIGINALIH GLAZBENIH KOMPOZICIJA

Dobivanje novih narudžbi je vrlo važno za financijsko stanje mnogih autora skladatelja. Skladatelji ponekad prime narudžbu za pisanje samo jedne specifične pjesme, za pisanje cijelog zvučnog zapisa, ili čak za pisanje zvučnog zapisa plus isporuku potpuno miksanog stereo zapisa naručene glazbe.

Ako su sa svojim izdavačem sklopili standardni ugovor vjerojatno su izdavaču dodijelili sva prava na djela koja skladaju za vrijeme trajanja ugovora. Prema tome, ako im priđe drugi producent izravno, ne mogu se pravno obvezati na posao prije nego što razgovaju sa svojim izdavačem i dobiju odobrenje. To je pravno ispravno, a i komercijalno smisljeno jer je izdavač sigurno bolje upoznat s trenutnim cijenama i uvjetima takvih ponuda, a mogu se i izboriti i za bolje uvjete za svog autora.

Pregovori i konačni ugovor za filmsku glazbu se odvija između izdavača i filmskog producenta.

8.9. LICENCIRANJE VEĆ SNIMLJENOG MATERJALA

Licenciranje uporabe glazbenog materijala, koji je već objavljen, koristi se desetljećima, a osobito za uporabu tijekom otvaranja i zatvaranja filmova. Međutim, u posljednjih dvadesetak godina bilo je mnogo uspješnih filmova koji su glazbu pomaknuli iz pozadine i učinili ju nezaobilaznim i važnim dijelom filma. Filmovi poput: Saturday Night Fever, Titanic, Romeo and Juliet, The Bodyguard, 8 Mile, The Adventures of Priscille, Reservoir Dogs, Pulp Fiction; pokazuju komercijalnu atraktivnost kombiniranja popularne glazbe s naracijom i slikom filma.

8.10. SINKRONIZACIJA OGLASA - PROMOCIJA ROBA I USLUGA TREĆE STRANE

Oni koji se bave marketingom i promocijom već dugi niz godina razumiju činjenicu da povezanost s glazbom može znatno poboljšati "imidž" usluge ili proizvoda kojeg žele promovirati. Mnogi skladatelji zarađuju sav svoj prihod od pisanja "džinglova" za radio i televizijske reklame te ostale korporativne promocije. Dakle, licenciranje glazbe za takve svrhe može biti vrlo unosno. Iako je licencirana glazba za oglasne kampanje glavna stavka u kategoriji eksploatacije, vrlo je česta i uporaba licencirane glazbe od strane televizijskih programa, koji ju također koriste u marketinške svrhe.

Klasična glazba je postala popularnija kod oglašivača nakon velikog globalnog uspjeha operne grupe Tri tenora (The Three Tenors). Utvrđeno je i statistički potvrđeno da reklamne agencije vole koristiti klasična djela za poboljšanje „klase“ proizvoda kojeg predstavljaju, a kako bi omogućili i osigurali što bolju prodaju i veći profit.

8.11. JAVNO IZVOĐENJE I KOMUNIKACIJA S JAVNOSTI

Svaki put kada se glazba, koja se nalazi pod autorskim pravima, izvodi na javnom mjestu ili emitira, autorski honorar se plaća vlasniku autorskih prava za tu upotrebu. Zbog nepraktičnosti i velike cijene po pojedinom skladatelju u slučaju vlastoručnog prikupljanja honorara, skladatelji i

izdavači su formirali tvrtke koje se bave skupljanjem prava za javne nastupe i prava emitiranja u njihovo ime. Ovaj posao u Republici Hrvatskoj obavlja HDS ZAMP.

8.12. RAZNOVRSNSI PRIHODI

Svi ugovori o izdavanju sadrže ili trebaju sadržavati klauzulu koja se odnosi na raznovrsne prihode, a elementi koji ne spadaju u glavne kategorije tu trebaju biti raspravljani i utvrđeni.

Svako društvo, udruga i izdavač imat će svoju metodu izračunavanja kako treba utvrditi i podijeliti takav prihod.

8.13. ULAGANJE U NAKLADNIŠTVO

U 2019. godini, zbog izostanka financijske podrške tijekom prijašnjih godina, glazbenom nakladništvu u Republici Hrvatskoj dan je prioritet. Programi kojima su odobrena najveća financijska sredstva tiču se notnih izdanja partitura suvremenih skladatelja te diskografskih ostvarenja vezanih uz nacionalno skladalaštvo. Za razliku od prijašnjih godina, veća pozornost dana je kapitalnijim ostvarenjima kao što su simfonijske, koncertantne i vokalno-orkestralne forme.

Odobrena potpora 2019.

PROGRAMSKO PODRUČJE	BROJ PROGRAMA	IZNOS
FESTIVALI I MANIFESTACIJE	85	4.994.000
MREŽA KONCERTNIH GOSTOVANJA	164	2.864.000
MAJSTORSKI SEMINARI	16	832.500
GLAZBENO NAKLADNIŠTVO	37	1.120.700
GLAZBENA NATJECANJA	7	405.000
OSTALO (STRUKOVNE NAGRADE, NARUDŽBE NOVIH DJELA, OTKUP OSTAVŠTINA)	10	114.000
UKUPNO	319	10.330.200

Slika 1. Odobrena potpora u glazbenom nakladništvu 2019. godine

9. ZAKLJUČAK

Ovaj završni rad obradio je temu glazbenog nakladništva u Republici Hrvatskoj. Glavni cilj, s kojim je ovaj rad pisan, je predstavljanje cjelovitog skupa aktivnosti koje nakladnici obavljaju u dnevnom poslovanju. Složeni zakonski okvir, podijeljenost glazbenog stvaralaštva (glazbenih izričaja) te višestruke uloge nakladnika pridonose teškom shvaćanju problema i smanjenom interesu javnosti. Posljedično sve rezultira manjim ulaganjima i samim time otežanim razvitkom glazbenog nakladništva i glazbene umjetnosti u Republici Hrvatskoj.

Bez obzira na probleme, postojeći Zakon o autorskom pravu i srodnim pravima, glazbene nakladničke kuće te stručne udruge koje djeluju u Republici Hrvatskoj omogućavaju domaćim i stranim autorima glazbenih djela i nositeljima autorskih prava ostvarivanje njihovih prava i prihode te zaštitu glazbenih djela od neprimjerenog i nelegalnog korištenja.

10. POPIS LITERATURE

Mrežni izvori:

<https://www.enciklopedija.hr/Natuknica.aspx?ID=42840> , pristupljeno: 26.8.2020.

https://min-kulture.gov.hr/UserDocsImages/arhiva/Odobreni%20programi%202019/glazbenske/Analiza_Glazba%20i%20glazbeno-scenske%20umjetnosti%202019.pdf , pristupljeno: 26.8.2020.

<https://www.hgz.hr/services/izdavastvo-2/> , pristupljeno: 26.8.2020.

<https://hr.wikipedia.org/wiki/Jugoton> , pristupljeno 26.8.2020.

<https://www.klubskascena.hr/scena/kolumna/glazbena-industrija-danas-8-dio-samostalno-izdavastvo-24042016> , pristupljeno 26.8.2020.

<https://www.klubskascena.hr/scena/kolumna/glazbena-industrija-danas-4-dio-velike-labele-05032016>, pristupljeno 26.8.2020.

<https://www.zamp.hr/autori/pregled/clanstvo/24/glazbeni-publishing>, pristupljeno 26.8.2020.

<https://www.zamp.hr/press/download/pregled>, pristupljeno 26.8.2020.

https://hr.wikipedia.org/wiki/Glazbeno_izdava%C5%A1tvo , pristupljeno 26.8.2020.

<https://hr.wikipedia.org/wiki/Nakladni%C5%A1tvo> , pristupljeno 26.8.2020.

<https://zapraf.hr/hr/povijest/> , pristupljeno 26.8.2020.

<https://www.hds.hr/> , pristupljeno 26.8.2020.

<https://simpsons.com.au/wp-content/uploads/Music-Business-Chapter-9-Music-Publishing.pdf> , pristupljeno 26.8.2020.

<https://newyorkessays.com/essay-music-publisher-3044/> , pristupljeno 26.8.2020.

<https://www.bartleby.com/essay/Exploiting-Music-Publishing-Copyrights-PKJSAJRCTC>, pristupljeno 26.8.2020.

<https://www.crorec.net/> , pristupljeno 26.8.2020.

<https://www.menart.hr/> , pristupljeno 26.8.2020.

<http://suzy.hr/> , pristupljeno 26.8.2020.

<http://aquariusrecords.com/> , pristupljeno 26.8.2020.

<https://hr.dallas.si/> , pristupljeno 26.8.2020.

<http://www.dancingbear.hr/hr/> , pristupljeno 26.8.2020.

<https://hitrecord.org/> , pristupljeno 26.8.2020.

<http://www.cantus-records.com/?lang=en> , pristupljeno 26.8.2020.

<https://www.scardona.hr/>, pristupljeno 26.8.2020.

https://narodne-novine.nn.hr/clanci/sluzbeni/1999_02_9, pristupljeno 26.8.2020.

<https://www.zakon.hr/z/106/Zakon-o-autorskom-pravu-i-srodnim-pravima>, pristupljeno 26.8.2020.