

Donji dom parlamenta  
Povjerenstvo za digitalno  
gospodarstvo, kulturu, medije i sport

---

## **Ekonomika *streaminga* glazbe**

---

### **Drugo izvješće u zasjedanju 2021.-2021.**

*Izvješće, zajedno sa službenim zapisnikom  
vezanim uz izvješće*

*Donji dom parlamenta naložio je  
tiskanje za 9. srpnja 2021.*

**HC 50**  
**uključujući HC 868 2019-21**  
Objavljeno 15. srpnja 2021.  
po zahtjevu Donjeg doma parlamenta

## Povjerenstvo za digitalno gospodarstvo, kulturu, medije i sport

Povjerenstvo za digitalno gospodarstvo, kulturu, medije i sport imenovao je Donji dom parlamenta kako bi preispitalo izdatke, upravljanje i politiku Ministarstva za digitalno gospodarstvo, kulturu, medije i sport i s njime povezanih javnih tijela.

### Trenutačni članovi

[Julian Knight \(parlamentarni zastupnik\)](#) (*Konzervativna stranka, Solihull*) (Predsjednik)  
[Kevin Brennan \(parlamentarni zastupnik\)](#) (*Laburistička stranka, Cardiff West*)  
[Steve Brine \(parlamentarni zastupnik\)](#) (*Konzervativna stranka, Winchester*)  
[Alex Davies-Hones, \(parlamentarni zastupnik\)](#) (*Laburistička stranka, Pontypridd*)  
[Clive Efford, \(parlamentarni zastupnik\)](#) (*Laburistička stranka, Eltham*)  
[Jullie Elliott, \(parlamentarna zastupnica\)](#) (*Laburistička stranka, Sunderland Central*)  
[Rt Hon Damian Green \(parlamentarni zastupnik\)](#) (*Konzervativna stranka, Ashford*)  
[Rt Hon Damian Hinds \(parlamentarni zastupnik\)](#) (*Konzervativna stranka, East Hampshire*)  
[John Nicolson \(parlamentarni zastupnik\)](#) (*Škotska nacionalna stranka*)  
[Giles Watling \(parlamentarni zastupnik\)](#) (*Konzervativna stranka, Clacton*)  
[Gđa. Heather Wheeler \(parlamentarna zastupnica\)](#) (*Konzervativna stranka, South Derbyshire*)

### Ovlasti

Povjerenstvo je jedno od istražnih povjerenstava, čije ovlasti su određene Trajnim nalogima Donjeg doma parlamenta, prvenstveno Trajnim nalogom br. 152. Nalozi su dostupni na internetskoj adresi [www.parliament.uk](http://www.parliament.uk).

### Objava

© Parlamentarno autorsko pravo Donjeg doma parlamenta 2019. Ova publikacija može se reproducirati sukladno odredbama Otvorene parlamentarne licence, koja je objavljena na [www.parliament.uk/copyright](http://www.parliament.uk/copyright).

Izvešća Povjerenstva objavljuju se na internetskoj stranici Povjerenstva na adresi [www.parliament.uk/dcmscom](http://www.parliament.uk/dcmscom), a u tiskanom obliku po Nalogu Doma parlamenta.

Dokazi vezani uz ovo izvješće objavljeni su na internetskoj stranici povjerenstva koja se odnosi na [publikacije vezane uz parlamentarnu istragu](#).

### Osoblje Povjerenstva

Trenutno osoblje Povjerenstva čine Keely Bishop (operativni asistent), Andy Boyd (operativni direktor), dr. Conor Durham (specijalist), Lois Jeary (specijalist), dr. Stephen McGinness (službenik), Charlotte Swift (drugi službenik), Anne Peacock (stariji službenik za medije i komunikacije) i Gina Degtyareva (službenik za medije i komunikacije).

### Kontakti

Svi upiti trebali bi biti upućeni Službeniku Povjerenstva za digitalno gospodarstvo, kulturu, medije i sport, Donji dom parlamenta, London SW1A 0AA. Telefonski broj za općenite upite je 020 7219 6188; adresa e-pošte Povjerenstva je [dcmscom@parliament.uk](mailto:dcmscom@parliament.uk).

Povjerenstvo možete pratiti na Twitteru na [@CommonsDCMS](https://twitter.com/CommonsDCMS).

# Sadržaj

---

<b>1. Sažetak</b>	<b>3</b>
<b>2. Uvod</b>	<b>4</b>
Ekonomika <i>streaminga</i> glazbe	4
Gubitak prihoda od izvođenja glazbe uživo	4
Naša istraga	6
Naše izvješće	6
<b>3. Dominacija digitalne glazbe</b>	<b>8</b>
Značaj tržišta UK-a	8
Pojava <i>streaminga</i> glazbe	10
Modeli poslovanja glazbenih <i>streaming</i> servisa	15
Autorsko pravo i naknada od <i>streaminga</i> glazbe	17
<i>Streaming</i> glazbe	17
Kako se prava iskorištavaju	18
Kako nositelji prava dobivaju naknadu	20
Iskustvo potrošača	21
Koristi od <i>streaminga</i> za potrošače	21
Promjene potrošačkih navika	22
<b>4. Naknada kreativcima</b>	<b>27</b>
Naknada nositeljima prava na snimci	28
Utjecaj na izvođače	28
Pravična naknada	35
Naknada nositeljima prava na pjesmi	44
Vrednovanje pjesme	44
Utjecaj na glazbeno nakladništvo	45
Metapodaci	50
Lanci tantijema	52
<b>5. Tržište glazbenih prava</b>	<b>55</b>
Konsolidacija	55
Nedavni trendovi	55
Stanje na tržištu	57
Dominacija na tržištu	61
Poteškoće vezane uz tržišno natjecanje	63

Oligopson kod akvizicije imovine	64
Oligopol kod licenciranja glazbe	68
Sukob interesa u pregovorima	70
Transparentnost	73
Ugovori o povjerljivosti	73
Obveze vezane uz transparentnost	75
<b>6. Tržište <i>streaminga</i> glazbe</b>	<b>77</b>
Tržišno natjecanje na tržištu <i>streaminga</i>	77
Tehnološki izazovi za tržište	78
Algoritmi i popisi za reprodukciju	78
Korisnički podaci	80
Vertikalna integracija	81
Isticanje javnih servisa	83
Sigurne luke	83
Zakonske odredbe o sigurnim lukama	83
Ekonomске posljedice odredaba o sigurnim lukama	85
Direktiva EU-a o autorskim pravima na jedinstvenom digitalnom tržištu	89
Modeli plaćanja	91
Razmjerni sustav	91
Alternativni modeli	92
Značajke <i>streaminga</i> uživo i digitalne glazbe	93
<b>Prilog 1.: Pojmovnik</b>	<b>96</b>
<b>Prilog 2. Modeli poslovanja glazbenih <i>streaming</i> servisa</b>	<b>100</b>
<b>Zaključci i preporuke</b>	<b>104</b>
<b>Službeni zapisnici</b>	<b>111</b>
<b>Svjedoci</b>	<b>112</b>
<b>Objavljeni pisani podnesci</b>	<b>114</b>

# 1. Sažetak

---

*Streaming* glazbe presijeca dva sektora od značajne političke, gospodarske i kulturne važnosti za UK: našu svjetski-poznatu glazbenu industriju, koja našem gospodarstvu donosi preko 5 milijardi £ bruto dodane vrijednosti (BDV), i naš dinamični, inovativni tehnološki sektor, koji je 2018. godine rastao po stopi od gotovo 8 posto godišnje i trenutno stvara stotine tisuća radnih mjesta. Nakon gotovo cijelog desetljeća digitalnog piratstva, *streaming* glazbe zaslužan je za ponovni rast sektora snimljene glazbe te je sada dominantan način konzumacije glazbe za potrošače u UK-u i globalno. Realni prihodi od snimljene glazbe, međutim, znatno su ispod razina zabilježenih u prethodnim desetljećima. Snimljena glazba sada je za potrošače jeftinija, personaliziranija i dostupnija nego ikada prije. Iako cjenovna struktura u industriji i slobodna dostupnost takvog proizvoda kratkoročno može izgledati dobro za ljubitelje glazbe, postoji opasnost da se bez većih prihoda njima omiljena glazba možda više neće stvarati za deset godina.

Unatoč eksploziji *streaminga* koja je dovela do djelomičnog gospodarskog oporavka za glazbenu industriju, nisu svi dionici od toga imali razmjernu korist. U mnogim slučajevima, trgovačka društva iskoristila su strukturne prednosti za postizanje naizgled neosvojivih pozicija na svojim tržištima. *Streaming* servisi koji na svojim poslužiteljima smještaju (eng. hosting) sadržaj koji stvaraju korisnici (eng. *user-generated content* ili UGC) u značajnoj su prednosti u odnosu na druge servise zbog odredaba o „sigurnim lukama“, što je dovelo do dominacije servisa kao što je YouTube. Rečeno nam je da su velike glazbene kompanije ostvarile povijesno visoke profitne marže, te da nastavljaju konsolidirati svoju poziciju najvećih posjednika prava na snimkama i pjesmama pripajajući sve moguće subjekte koji posluju s digitalnom glazbom te spajajući se i integrirajući se s njima.

Istovremeno, izvođači, autori pjesama i skladatelji primaju samo mali dio prihoda zbog niskih autorskih i izvođačkih naknada i zbog obezvrjeđivanja djelatnosti pisanja pjesama i skladanja u odnosu na snimanje. Iako su ti problemi postojali i prije pandemije covid-19, ona ih je značajno pogoršala te su postali očitii zbog nemogućnosti izvođenja glazbe uživo, koja i dalje pogađa umjetnike, kao i čitav „ekosustav“ koji djeluje kao njihova potpora. Niske naknade mogle bi destimulirati uspješne, profesionalne glazbenike i smanjiti sposobnost UK-a da potiče rad domaćih talenata u usponu.

Preporučujemo da se provedu široke i sveobuhvatne zakonodavne reforme i da se regulatorno intervenira kako bi se ovi problemi pokušali riješiti. U pogledu problema vezanih uz naknade kreativcima i uz nejednakost u moći između kreativaca i trgovačkih društava, preporučujemo da Vlada uvede pravo na pravičnu naknadu za digitalnu glazbu, pravo na povrat ustupljenih prava na djelima nakon određenog vremena i pravo na izmjenu ugovora ako je uspješnost autorskog djela nerazmjerno velika u odnosu na naknadu koju kreativci primaju. Duboko smo zabrinuti zbog položaja velikih glazbenih kompanija i pozivamo Vladu da podupre nezavisni sektor i savjetuje se s Tijelom za tržišno natjecanje i tržište oko toga je li došlo do povrede prava tržišnog natjecanja na tržištu snimljene glazbe. Također savjetujemo Vladi da proaktivno normira zahtjeve koje *streaming* servisi moraju ispuniti na tržištu *streaminga* i vezano uz druge načine konzumiranja glazbe, na način da nametne strože obaveze u pogledu licenciranja servisima koji na svojim poslužiteljima smještaju sadržaj koji stvaraju korisnici (UGC), da provjeri otpornost režima vezanog uz obavezno isticanje javnih RTV kuća na buduće promjene, i da riješi problem „podmićivanja radi neslužbene promidžbe“ koji postoji u vezi s djelovanjem algoritama i osoba koje uređuju popise za reprodukciju (eng. *playlist curators*).

## 2. Uvod

---

### Ekonomika *streaminga* glazbe

1. *Streaming* (hrv. internetski prijenos) glazbe je postupak kod kojeg potrošači pristupaju glazbenoj multimediji preko interneta. *Streaming* je nepovratno promijenio suvremeno konzumiranje glazbe, a glazbenici su, s obzirom na to da tijekom pandemije covid-19 ne mogu održavati koncerte i nastupati uživo, postali ovisni isključivo o prihodima od snimljene glazbe. Pojedini uspješni i od kritike hvaljeni umjetnici spoznali su da zarada od *streaminga* „nije dovoljna za preživljavanje“.<sup>1</sup> Pojedini autori glazbenih uspješnica spoznali su da ne mogu živjeti od prihoda koje im donosi *streaming* te su „prisiljeni živjeti od socijalne pomoći“, za što Vlada „plaća račune“.<sup>2</sup> Posljedično tome, glazbenici su se mobilizirali te traže da se preispita način diobe prihoda od snimljene glazbe.<sup>3</sup>

### Gubitak prihoda od izvođenja glazbe uživo

2. Naša odluka da preispitamo ekonomiku *streaminga* glazbe dopunjuje naš raniji rad vezan uz širi gospodarski utjecaj pandemije covid-19 na digitalni, kulturni, medijski i sportski sektor<sup>4</sup> i našu nedavnu istragu i izvješće o glazbenim festivalima u UK-u.<sup>5</sup> Čuli smo da je prošle godine 90 posto festivala u UK-u otkazano, a 93 posto lokalnih glazbenih dvorana suočeno je s trajnim zatvaranjem.<sup>6</sup> Također smo skrenuli pozornost Vladi na činjenicu da četvrtina radne snage u glazbenoj industriji, uključujući 42 posto ispitanika ankete koju je provela organizacija glazbenika Musicians' Union, nije ispunjavalo uvjete iz Plana za potporu samozaposlenima, a producenti i inženjeri zvuka izgubili su u prosjeku 70 posto svojih prihoda.<sup>7</sup> U svom izvješću pod nazivom „Utjecaj covid-19 na digitalni, kulturni, medijski i sportski sektor“ preporučili smo Vladi da „ispita kako tržište snimljene glazbe funkcionira u eri *streaminga*, kako bi osigurala da glazbeni kreativci primaju pravičnu naknadu“.<sup>8</sup> U Vladinom odgovoru na naše Izvješće navedeno je da je Vlada zadužila Ured za intelektualno vlasništvo da pruži podršku nezavisnom kvalitativnom i kvantitativnom istraživačkom projektu, koji zajednički financira Nesta i podupire koalicija industrijskih tijela, s ciljem ispitivanja kako glazbeni kreativci zarađuju od *streaminga*.<sup>9</sup> Voditelji projekta su dr. Hyojung Sun sa Sveučilišta Ulster, profesor David

---

<sup>1</sup> Q75 (Nadine Shah).

<sup>2</sup> Q181 (Fiona Bevan).

<sup>3</sup> Ivors Academy of Music Creators, [The Ivors Academy and Musicians' Union launch Keep Music Alive campaign to "fix streaming now"](#), posljednji posjet 23. ožujka 2021.

<sup>4</sup> Povjerenstvo za digitalno gospodarstvo, kulturu, medije i sport, Treće izvješće u zasjedanju 2019.-2021., [Utjecaj covid-19 na digitalni, kulturni, medijski i sportski sektor: Prvo izvješće](#), HC 291.

<sup>5</sup> Povjerenstvo za digitalno gospodarstvo, kulturu, medije i sport, Prvo izvješće u zasjedanju 2021.-2022., [Budućnost glazbenih festivala u UK-u](#), HC 49.

<sup>6</sup> Povjerenstvo za digitalno gospodarstvo, kulturu, medije i sport, Treće izvješće u zasjedanju 2019.-2021., [Utjecaj covid-19 na digitalni, kulturni, medijski i sportski sektor: Prvo izvješće](#), HC 291, odjelci 43-4.

<sup>7</sup> [Usmeno svjedočenje od 22. travnja 2020.](#), HC (2019.-2021.) 157, Qq37-39.

<sup>8</sup> Povjerenstvo za digitalno gospodarstvo, kulturu, medije i sport, Treće izvješće u zasjedanju 2019.-2021., [Utjecaj covid-19 na digitalni, kulturni, medijski i sportski sektor: Prvo izvješće](#), HC 291, odjeljak 44.

<sup>9</sup> Povjerenstvo za digitalno gospodarstvo, kulturu, medije i sport, Treće posebno izvješće u zasjedanju 2019.-2021., [Utjecaj covid-19 na digitalni, kulturni, medijski i sportski sektor: Prvo izvješće: Odgovor Vlade na Treće izvješće Povjerenstva u zasjedanju 2019.-2021.](#), HC 995, odjeljak 10.

Hesmondhalgh sa Sveučilišta Leeds i dr. Richard Osborne sa Sveučilišta Middlesex, te bi izvješće trebalo biti podneseno tijekom ljeta 2021. (kako stvari stoje u trenutku pisanja ovog izvješća).<sup>10</sup>

3. Međutim, nezadovoljstvo *streamingom* glazbe unutar glazbene industrije postojalo je i prije pandemije covid-19. U svome izvješću iz 2019. godine pod nazivom „Izvješće o glazbi uživo“, Povjerenstvo koje nam je prethodilo razmatralo je jesu li postojeći prihodi glazbenika održivi. To Povjerenstvo prepoznalo je da konzumiranje glazbe digitalnim putem pruža „značajne mogućnosti umjetnicima da distribuiraju svoju glazbu i dopru do nove publike“, no da se „diskografi i glazbenici bore da ostvare dovoljni povrat od svojeg stvaralačkog rada”.<sup>11</sup> Servisi koji na svojim poslužiteljima smještaju sadržaj koji stvaraju (UGC) odnosno postavljaju korisnici (UCC) naročito su bili kritizirani zbog „sramotnih naknada“ koje su plaćali glazbenoj industriji za konzumiranje glazbe digitalnim putem.<sup>12</sup> Prethodno Povjerenstvo je također primijetilo da je Vlada na sličan način izrazila nezadovoljstvo u pogledu trenutačnih iznosa naknada koje se nude umjetnicima preko *streaming* servisa, no nije dalo nikakve preporuke koje bi se posebno odnosile na *streaming*.<sup>13</sup>

4. Nagli i prisilni gubitak prihoda glazbenika od izvođenja glazbe tijekom pandemije ponovno je kontekstualizirao zabrinutost u pogledu ekonomike *streaminga* glazbe. U ožujku 2020., kampanja #BrokenRecord koju je financirao pjevač, gitarist i skladatelj skupine Gomez, Tom Gray, doživjela je značajni uspjeh na društvenim mrežama, ujedinjujući glazbenike, industrijske radnike, obožavatelje i druge osobe nezadovoljne s naknadom koju umjetnici primaju od *streaminga* glazbe, s ciljem poticanja promjena postojećeg modela.<sup>14</sup> G. Gray pozvao je na „ponovno uspostavljanje veće, sigurne, profesionalne klase umjetnika, skladatelja i izvođača“ i naveo je da bi „djeca morala moći težiti tome da žive od stvaranja originalne glazbe, a ne samo velikoj slavi ili ničemu”.<sup>15</sup> U svibnju 2020. Ivors Academy of Music Creators i Musicians' Union pokrenuli su kampanju Keep Music Alive s ciljem „popravljanja *streaminga*“, peticijom koja je pozivala Državnog tajnika za digitalno gospodarstvo, kulturu, medije i sport, Olivera Dowdena (parlamentarnog zastupnika), da istraži mogućnost reguliranja i reforme tržišta *streaminga* glazbe.<sup>16</sup> Javnu raspravu koju su kampanje potaknule pozdravila je Kim Bayley, glavna izvršna direktorica udruge Entertainment Retailers' Association (ERA), strukovne organizacije koja zastupa maloprodajne i veleprodajne trgovce koji se bave prodajom fizičke i digitalne glazbe, videa i video-igara, kao što su Amazon, SoundCloud, Spotify i Youtube.<sup>17</sup> Međutim, Geoff Taylor, glavni izvršni direktor udruge British Phonographic Industry (BPI), strukovne udruge diskografskih kuća u UK-u, smatra da bi se industrija trebala „usredotočiti na *streaming* kolač, umjesto da se svađa oko toga kome bi taj *streaming* kolač trebao pripasti”.<sup>18</sup> Takve su stavove tijekom naše istrage većinom izrazili i kreativci, diskografska industrija i glazbeni *streaming* servisi.

<sup>10</sup> Dr. Hyojung Sun, Prof. David Hesmondhalgh i dr. Richard Osborne ([EMS0149](#)).

<sup>11</sup> Povjerenstvo za digitalno gospodarstvo, kulturu, medije i sport, Deveto izvješće u zasjedanju 2017.-2019., [Glazba uživo](#), HC 733, odjeljak 111.

<sup>12</sup> Povjerenstvo za digitalno gospodarstvo, kulturu, medije i sport, Deveto izvješće u zasjedanju 2017.-2019., [Glazba uživo](#), HC 733, odjeljak 111.

<sup>13</sup> Povjerenstvo za digitalno gospodarstvo, kulturu, medije i sport, Deveto izvješće u zasjedanju 2017.-2019., [Glazba uživo](#), HC 733, odjeljak 112.

<sup>14</sup> “#BrokenRecord: ‘It’s about saying we all recognise this is problematic’”, Music Ally, 18. svibnja 2020.

<sup>15</sup> “‘I love streaming, I just hate the remuneration system sitting inside it.’”, Music Business Worldwide, 23. veljače 2021.

<sup>16</sup> Ivors Academy of Music Creators, [The Ivors Academy and Musicians’ Union launch Keep Music Alive campaign to “fix streaming now”](#), posljednji posjet 23. ožujka 2021.

<sup>17</sup> Entertainment Retailers’ Association, [ERA CEO welcomes #BrokenRecord and #FixStreaming debates as musicians contend with coronavirus](#), posljednji posjet 23. ožujka 2021.

<sup>18</sup> “BPI chief Geoff Taylor responds to #BrokenRecord debate”, Music Week, 29. svibanj 2020.

## Naša istraga

5. Svoju istragu pokrenuli smo u listopadu 2020. godine, s ciljem razmatranja utjecanja *streaminga* glazbe na kreativce i trgovačka društva koja čine glazbenu industriju i ispitivanja dugoročne održivosti same industrije. U dokaznom postupku primili smo gotovo 300 različitih pisanih podnesaka, organizirali smo konferenciju s glazbenicima u usponu na kojoj su mogli aktivno sudjelovati i održali smo nekoliko usmenih saslušanja tijekom kojih su nam svoje iskaze dali izvođači, autori pjesama, skladatelji, glazbene kuće, strukovna tijela, društva za kolektivno ostvarivanje prava, vladini ministri i, naravno, sami *streaming* servisi.

6. Međutim, tijekom naše istrage uočili smo **zabrinjavajuću praksu**. Sudionici na našem okruglom stolu napomenuli su da se **mnogi glazbenici u usponu boje reći što misle zbog toga što „ne žele doći u nemilost“ onih koji kontroliraju ulazak na tržište.**<sup>19</sup> Nekoliko izvođača koji su dali iskaze tvrdilo je da se oni i njihovi kolege boje govoriti protiv *statusa quo* zbog straha da će izgubiti naklonost velikih diskografskih kuća i *streaming* servisa.<sup>20</sup> Kao što je vođa skupine Elbow i glazbeni voditelj na BBC 6 Guy Garvey naveo, „bez obzira na to koliko brod pušta vodu, mladi glazbenici ga ne žele prevrnuti, a ako ga ne prevrnu, neće moći sastaviti kraj s krajem, naročito u glazbenim žanrovima u kojima stihovi govore o tome koliko novaca imaš“.<sup>21</sup> Nadalje, **pojedini potencijalni svjedoci neslužbeno su izrazili zabrinutost da bi trpjeli loše posljedice ako bi istupili u javnosti. Stoga ne iznenađuje da nam je u pogledu naše istrage gotovo osamdeset podnesaka poslano u povjerenju.** Naš Predsjednik je smatrao da o tom problemu treba dati izjavu te je to učinio 1. prosinca 2020. godine:

Iz mnogo različitih izvora rečeno nam je da neke od osoba koje žele s nama razgovarati vezano uz ovu istragu oklijevaju da to i učine, zbog toga što se boje postupaka koji bi mogli biti poduzeti protiv njih ako istupe u javnosti. Želio bih reći u ime Povjerenstva da u slučaju da dobijemo bilo kakav dokaz da netko utječe na svjedoke u nekoj od naših istraga, na to ne bismo gledali blagonaklono. Nitko ne bi trebao trpjeti bilo kakve posljedice zbog toga što se obraća parlamentarnom Povjerenstvu, a svatko tko namjerno uzrokuje štetu nekom od naših svjedoka u opasnosti je da bude kažnjen zbog nepoštivanja Donjeg doma parlamenta. Ovo Povjerenstvo neće trpjeti takvo ometanje te će bez oklijevanja imenovati i posramiti svakoga za koga se dokaže da sudjeluje u takvim radnjama. Svatko tko želi istupiti i govoriti o ovom ili bilo kojem drugom pitanju, treba se obratiti Povjerenstvu te će se njegov iskaz tretirati kao povjerljiv.<sup>22</sup>

## Naše izvješće

7. Ekonomika *streaminga* glazbe složen je i osebujan predmet istraživanja. S obzirom na to, u Poglavlju 2 ovog Izvješća ukratko je opisan uspon digitalne glazbe, uključujući povijesni razvoj *streaminga* glazbe, njegove pravne temelje i gledište potrošača, kako bi se pitanja koja se kasnije analiziraju stavila u pravi kontekst. Naše Izvješće se potom usredotočuje na tri široka područja:

- u Poglavlju 3 analiziraju se pitanja vezana uz naknadu izvođačima, autorima pjesama, skladateljima i glazbenim nakladnicima;
- u Poglavlju 4 razmatraju se pitanja vezana uz tržište snimljene glazbe, kao što su tržišno natjecanje, tržišna dominacija i transparentnost; i

<sup>19</sup> Prijepisi rasprava s okruglih stolova s glazbenicima u usponu ([EMS0293](#)).

<sup>20</sup> Qq21, 76, 98–101.

<sup>21</sup> Q76.

<sup>22</sup> [Usmeni iskaz](#) od 1. prosinca 2020., HC (2019–21) 869.



- u Poglavlju 5 raspravlja se o pitanjima vezanima uz tržište *streaminga*, uključujući tehnologije, sustave plaćanja i odredbe o „sigurnim lukama“ koje štite servise koji na svojim poslužiteljima smještaju sadržaje koje stvaraju korisnici.

S obzirom na to da prevladavaju stručni pojmovi koje koriste dionici u industriji (koji se stoga koriste i u ovom Izvješću), u Prilogu 1 nalazi se pojmovnik koji objašnjava njihovo značenje.

### 3. Dominacija digitalne glazbe

---

#### Značaj tržišta UK-a

8. *Streaming* glazbe presijeca dva sektora od značajne političke, gospodarske i kulturne važnosti za UK: našu svjetski-poznatu glazbenu industriju i naš dinamični, inovativni tehnološki sektor. *Streaming* servisi omogućili su ljudima diljem svijeta da na novi i zakoniti način konzumiraju glazbu iz UK-a te su doveli do ponovnog rasta glazbene industrije nakon što je zbog digitalnog piratstva izgubljeno više od deset godina.<sup>23</sup> Potrošači sada mogu pristupiti većoj količini glazbe nego ikada ranije i to po povijesno niskim cijenama (ako uopće odaberu išta platiti).<sup>24</sup> Procjenjuje se da je UK najveće tržište digitalne glazbe u Europi i da je ostvarilo približno 1 milijardu \$ prihoda samo u 2020. godini.<sup>25</sup>

9. Prije pandemije covid-19 kreativne industrije su gospodarstvu UK-a donosile između 110 i 130 milijardi £, bile su zaslužne za preko dva milijuna radnih mjesta<sup>26</sup> te su, od 2010. godine nadalje, rasle po gotovo dvostruko većoj stopi nego gospodarstvo u cjelini.<sup>27</sup> Kada je riječ o glazbenim tržištima, ispred UK-a je trenutačno samo SAD.<sup>28</sup> Glazbena industrija UK-a donosi otprilike 5,2 milijarde £ bruto dodane vrijednosti (BDV) godišnje gospodarstvu UK-a, od čega snimljena glazba ostvaruje približno 1,5 milijardi £ prihoda iz maloprodaje, a taj iznos iz godine u godinu također raste.<sup>29</sup> Industrija zapošljava preko 200.000 ljudi, među kojima su glazbeni kreativci (uključujući preko 50.000 glazbenika iz UK-a) i njihovi „ekosustavi“, osoblje zaposleno u glazbenim dvoranama i koncertno osoblje te zaposlenici diskografskih kuća, glazbenih nakladnika, glazbenih *streaming* servisa i društava za kolektivno ostvarivanje prava, koji djeluju u svakoj državi i regiji UK-a, stimulirajući lokalna gospodarstva diljem zemlje.<sup>30</sup> Sektor godišnje ostvaruje 2,7 milijardi £ od izvoza, a snimljena glazba posebice ostvaruje 500 milijuna £ prihoda od izvoza.<sup>31</sup> Jedna od svakih deset snimki u svijetu koja se preslušava putem *streaminga* potječe od britanskog glazbenika, za što je BPI naveo da je četiri puta više od udjela UK-a u svjetskom BDP-u.<sup>32</sup> Komparativna prednost koju Ujedinjena Kraljevina ima u svjetskoj glazbenoj produkciji proizvod je njezinog šireg kulturnog kapitala i rasprostranjenosti engleskog jezika kao materinjeg i najčešće govorenog stranog jezika diljem svijeta.<sup>33</sup> Mnogi suradnici u našoj istrazi, uključujući BPI i International Federation of the Phonographic Industry (IFPI), svjetsko udruženje diskografskih kuća, smatraju da je glazbena industrija „snažna sastavnica 'meke moći' UK-a na svjetskoj

<sup>23</sup> International Federation of Musicians (FIM) ([EMS0025](#)); dr. Nicola Searle ([EMS0041](#)); Entertainment Retailers Association ([EMS0081](#)); Association of Independent Music ([EMS0157](#)); PRS for Music ([EMS0158](#)).

<sup>24</sup> Pete Woodroffe ([EMS0018](#)); dr. Nicola Searle ([EMS0041](#)); Sveučilište Bournemouth ([EMS0048](#)).

<sup>25</sup> Digital Media Association (DiMA) ([EMS0233](#)).

<sup>26</sup> Dr. Nicola Searle ([EMS0041](#)); Equity ([EMS0173](#)).

<sup>27</sup> Equity ([EMS0173](#)).

<sup>28</sup> Philippe Rixhon ([EMS0146](#)); kampanja #BrokenRecord ([EMS0218](#)).

<sup>29</sup> Julian Henry ([EMS0137](#)); Philippe Rixhon ([EMS0146](#)); BPI ([EMS0208](#)); Digital Media Association (DiMA) ([EMS0233](#)).

<sup>30</sup> Association of Independent Music ([EMS0157](#)); kampanja #BrokenRecord ([EMS0218](#)); Digital Media Association (DiMA) ([EMS0233](#)).

<sup>31</sup> BPI ([EMS0208](#)).

<sup>32</sup> “[One in 10 songs streamed globally are by British artists](#)”, NME (4. siječanj 2021.).

<sup>33</sup> Dr. Nicola Searle ([EMS0041](#)); Philippe Rixhon ([EMS0146](#)).

pozornici”, dok drugi smatraju da je glazba u znatnoj mjeri pozitivno doprinijela „percepciji o UK-u diljem svijeta.”<sup>34</sup>

10. Međutim, doprinosu kreativnih industrija, barem u gospodarskom smislu, konkurira tehnološki sektor UK-a. Taj sektor je 2018. godine ostvario 149 milijardi £, odnosno više od 400 milijuna £ na dan, što čini 7,7 posto gospodarstva UK-a, te je rastao stopom od gotovo 8 posto godišnje i to šest puta brže nego gospodarstvo u cijelosti.<sup>35</sup> Internet Association, svjetska strukovna udruga internetskih kompanija, navodi da internetski sektor svake godine donosi 45 milijardi \$ gospodarstvu UK-a, stvarajući prilike za približno 80.000 poslovnih subjekata i stvarajući 400.000 radnih mjesta.<sup>36</sup> 850 članova techUK-a, nacionalnog strukovnog tijela za tehnološke kompanije, kolektivno zapošljava preko 700.000 ljudi.<sup>37</sup> U svom podnesku YouTube navodi da je istraživanje trgovačkog društva Oxford Economics, koje se bavi predviđanjem i kvantitativnim analizama, pokazalo da „kreativni ekosustav“ te kompanije stvara 30.000 radnih mjesta s punim radnim vremenom, a BDP-u UK-a doprinosi s 1,4 milijardom £.<sup>38</sup> Povrh toga, potrošači iz svih demografskih skupina u UK-u nerijetko vrlo rano usvajaju nove tehnologije, zbog čega je UK značajno tržište za tehnološke kompanije.<sup>39</sup> S obzirom na to, Vlada je istaknula da želi „stvoriti uvjete za novo zlatno doba za tehnološki sektor u UK-u”<sup>40</sup> te je izjavila da tehnološki sektor može biti „motor za stvaranje radnih mjesta koji će pogurnuti naše gospodarstvo, dok izlazimo iz pandemije”.<sup>41</sup> Državni tajnik za digitalno gospodarstvo, kulturu, medije i sport više je puta u svome mandatu za sebe,<sup>42</sup> Vladu<sup>43</sup> i UK<sup>44</sup> naveo da su „besramno na strani tehnologije”.

11. UK tehnološke kvalifikacije nema samo u privatnom sektoru. UK uočljivo prednjači u razvoju novih pravnih okvira za digitalno tržišno natjecanje, zaštitu privatnosti djece na internetu, zaštitu od nasilja na internetu i kibernetičku sigurnost. Vlada je objavila da će Ofcom djelovati kao novo nadzorno tijelo u pogledu štetnog internetskog sadržaja, čime mu se odaje priznanje zbog njegovog ugleda u svijetu i iskustva u borbi protiv štetnih sadržaja, uz istovremenu zaštitu slobode izražavanja u televizijskim i radijskim programima.<sup>45</sup> Vlada također namjerava uspostaviti Jedinicu za digitalno tržište (DMU) u sklopu Tijela za tržišno natjecanje i tržišta (CMA), koja će nadgledati novi režim za tehnološke kompanije koji će poticati tržišno natjecanje, donijeti obvezna pravila koja će uređivati ponašanje najvećih i najmoćnijih kompanija sa 'strateškim tržišnim položajem', i intervenirati u području tržišnog

<sup>34</sup> Q8 [Tom Gray]; Julian Henry ([EMS0137](#)); Philippe Rixhon ([EMS0146](#)); BPI ([EMS0208](#)); IFPI ([EMS0209](#)); Niall Parker ([EMS0267](#)).

<sup>35</sup> "[Digital sector worth more than £400 million a day to UK economy](#)", Ministarstvo za digitalno gospodarstvo, kulturu, medije i sport, posljednji posjet 23. travnja 2021.

<sup>36</sup> Internet Association ([EMS0164](#)).

<sup>37</sup> techUK ([EMS0276](#)).

<sup>38</sup> YouTube ([EMS0144](#)).

<sup>39</sup> Digital Media Association (DiMA) ([EMS0233](#)).

<sup>40</sup> Ministarstvo za digitalno gospodarstvo, kulturu, medije i sport, [Our 10 Tech Priorities](#), posljednji posjet 23. travnja 2021.

<sup>41</sup> "[Scotland's tech sector going from strength to strength](#)", Ured Državnog tajnika za Škotsku i Ministarstvo za digitalno gospodarstvo, kulturu, medije i sport, 8. rujna 2020.

<sup>42</sup> "[New competition regime for tech giants to give consumers more choice and control over their data, and ensure businesses are fairly treated](#)", Ministarstvo za gospodarstvo, energiju i industrijsku strategiju i Ministarstvo za digitalno gospodarstvo, kulturu, medije i sport, 27. studenog 2020.; "[UK leads the way in a 'new age of accountability' for social media](#)", Priopćenje za tisak Ministarstva za digitalno gospodarstvo, kulturu, medije i sport i Ministarstva unutarnjih poslova, 15. prosinca 2020.

<sup>43</sup> "[New strategy to unleash the transformational power of Artificial Intelligence](#)", Priopćenje za tisak Ministarstva za digitalno gospodarstvo, kulturu, medije i sport, Ministarstva gospodarstva, energije i industrijske strategije i Ureda za umjetnu inteligenciju, 12. ožujka 2021.

<sup>44</sup> "[Oliver Dowden: UK can be 'unashamedly pro-tech nation'](#)", Computer Weekly (6. ožujka 2020.).

<sup>45</sup> Ofcom, [Ofcom to regulate harmful content online](#) (15. prosinca 2020.).

natjecanja s ciljem djelovanja prema izvorima tržišne moći, iako još nisu doneseni propisi koji bi Jedinici za tržišno natjecanje dali zakonske temelje.<sup>46</sup>

## Pojava *streaminga* glazbe

12. Za razumijevanje osobitosti ekonomike *streaminga* glazbe (kao što su posebni pravni okviri, aranžmani vezani uz naknade i licenciranje te industrijske norme koje su u pozadini ekonomskog modela *streaminga* glazbe), potrebno je razumjeti i povijesni kontekst u kojem je *streaming* nastao.

13. Iako je piratiziranje glazbe postojalo i prije digitalnog doba, tehnologije koje su se pojavile i koje su se sve više počele širiti od sredine 90.-tih godina nadalje glazbenu su industriju izložile do tada neviđenoj opasnosti. Prelazak glazbene industrije s kazeta i vinila na CD-e značio je i da se glazba počela prodavati u obliku koji se mogao lako digitalizirati, a prisutnost pogonskih uređaja za CD-e na osobnim računalima omogućila je učinkovitije (i kvalitetnije) piratiziranje snimljene glazbe negoli ono koje je bilo moguće koristeći vrpce u 80.-im godinama.<sup>47</sup> Stvaranje novih formata za kompresiju zvuka, kao što je format MP3 1993. godine<sup>48</sup> koji je omogućio komprimiranje zvučnih datoteka uz gotovo neznatan gubitak kvalitete zvuka, dovelo je i do razvoja prijenosnih čitača MP3-jeva, poput iPod-a 2001. godine,<sup>49</sup> koji su predstavljali zamjenu za prijenosne čitače CD-ova i kazeta. I na kraju, sazrijevanje internetskih tehnologija i svakodnevno korištenje *World Wide Weba* omogućilo je masovno korištenje platformi za dijeljenje datoteka *peer-to-peer* (P2P), koje su pak omogućile korisnicima da relativno lako međusobno dijele MP3-jeve sa snimljenom glazbom i to u industrijskim razmjerima i uz gotovo nikakav trošak. U stvarnosti su time uklonjena fizička ograničenja svojstvena prethodnim oblicima piratstva, kao što je fizičko umnožavanje i fizička distribucija piratizirane glazbe. Napster, koji je pokrenut 1999. godine, bio je prva platforma za dijeljenje datoteka P2P koja se prvenstveno usredotočila na dijeljenje snimljene glazbe.<sup>50</sup> U sljedećem desetljeću slijedili su ga Limewire, Kazaa, Pirate Bay<sup>51</sup> i mnogi drugi servisi.<sup>52</sup>

14. Pravna nesuglasja koje je uzrokovala pojava novih načina konzumiranja glazbe nisu bila neočekivana za industriju ili donositelje politika.<sup>53</sup> Pozivi da se uhvati u koštac s izazovima neovlaštenog pristupa zaštićenim djelima putem interneta i digitalnih mrežnih tehnologija rezultirali su time da je Svjetska organizacija za intelektualno vlasništvo (WIPO) donijela međunarodnopravne propise u obliku Internetskih ugovora WIPO-a,<sup>54</sup> među kojima je i Ugovor o autorskom pravu WIPO-a (WCT), koji su države članice potpisale u prosincu 1996. godine.<sup>55</sup> WCT je ubrzao donošenje nacionalnih propisa o digitalnom konzumiranju glazbe te je, između ostalog, propisao da diskografske kuće izvođača „uživaju isključivo pravo davanja dopuštenja za stavljanje na raspolaganje javnosti njihovih fonograma bežično ili putem žica na način da im svatko može pristupiti s mjesta i u vrijeme koje pojedinačno odabere”.<sup>56</sup> Dr. Hayleigh Boshier napominje da je to „isključivo pravo stavljanja na raspolaganje“ (takozvano „isključivo pravo“ ili „pravo stavljanja na raspolaganje javnosti“) namjerno učinjeno „tehnološki

<sup>46</sup> [“Digital Markets Unit \(non-statutory\) - terms of reference”](#), Ministarstvo za gospodarstvo, energiju i industrijsku strategiju i Ministarstvo za digitalno gospodarstvo, kulturu, medije i sport, 7. travnja 2021.

<sup>47</sup> [“Trends: Online music piracy – past, present and future”](#), Complete Music Update (22. prosinca 2017.).

<sup>48</sup> The Ivors Academy of Music Creators ([EMS0197](#)).

<sup>49</sup> The Ivors Academy of Music Creators ([EMS0197](#)).

<sup>50</sup> [“The Piracy Sites That Nearly Destroyed The Music Industry: What Happened To Napster”](#), Forbes (21. ožujka 2018.)

<sup>51</sup> Q221.

<sup>52</sup> [“Trends: Online music piracy – past, present and future”](#), Complete Music Update (22. prosinca 2017.).

<sup>53</sup> CREATE: UK Copyright and Creative Economy Centre, Sveučilište Glasgow ([EMS0189](#)).

<sup>54</sup> WIPO, WIPO Internet Treaties, posljednji posjet 27. svibnja 2021.

<sup>55</sup> CREATE: UK Copyright and Creative Economy Centre, Sveučilište Glasgow ([EMS0189](#)).

<sup>56</sup> CC Young & Co Limited ([EMS0077](#)).

neutralnim“, „pri čemu je nevažno kojim je tehničkim sredstvom priopćavanje učinjeno, s ciljem da odredba obuhvati i eventualni budući tehnološki razvoj“.<sup>57</sup> Pravo stavljanja na raspolaganje javnosti usvojile su države članice EU-a (uključujući UK) 2002. godine, kroz članak 3. Direktive o informacijskom društvu (Direktiva 2001/29/EZ Europskog parlamenta i Vijeća).<sup>58</sup> Tadašnja Vlada UK-a odlučila je usvojiti pravo stavljanja na raspolaganje javnosti kao podskupinu izvođačkih prava uređenih Zakonom o autorskom pravu, dizajnu i patentu iz 1988. godine i to kroz Uredbe o autorskom pravu i srodnim pravima, koje su se počele donositi u listopadu 2003. godine.<sup>59</sup>

15. Međutim, unatoč novim načinima distribucije i konzumiranja glazbe koji su se pojavili u 90.-tima, glazbenoj industriji dugo je trebalo da razvije održivu poslovnu strategiju za digitalnu glazbu i stavi potrošačima na raspolaganje zakonite digitalne glazbene proizvode.<sup>60</sup> Tržište snimljene glazbe 2001. godine doživjelo je svoj povijesni vrhunac s ostvarene 23 milijarde \$ prihoda diljem svijeta (što je jednako 33 milijarde \$ prema trenutnim cijenama).<sup>61</sup> U to vrijeme prihodi diskografskih kuća prelazili su 1,2 milijarde £ godišnje<sup>62</sup> (otprilike jednako iznosu većem od 2 milijarde £ prema trenutnim cijenama), s time da su one i dalje bile posvećene prodaji CD-ova,<sup>63</sup> koja je isto tako doživjela svoj vrhunac 2001. godine.<sup>64</sup> Međutim, svjetski prihodi od snimljene glazbe u razdoblju između 2002. i 2015. godine pali su za 40 posto, zbog toga što su potrošači prešli na slušanje digitalne piratizirane glazbe ili slušanje glazbe putem servisa koji na svojim poslužiteljima smještaju sadržaj koji stvaraju korisnici (UGC). U jednom izvješću o glazbenoj industriji iz 2006. godine navedeno je da je u godini prije toga 20 milijardi snimaka bilo preuzeto nezakonito.<sup>65</sup> BBC je 2008. godine izvijestio da 20 posto Europljana koristi mreže za dijeljenje datoteka, u usporedbi sa samo 10 posto njih koji koriste zakonite digitalne servise poput iTunesa,<sup>66</sup> dok je IFPI naveo da se glazba konzumira nezakonito u 95% slučajeva.<sup>67</sup>

16. Glazbena industrija je, što se nje same tiče, nakon izvjesnog vremena pokušala odgovoriti sve većoj učestalosti digitalnog piratstva. Ulazak velikih diskografskih kuća na tržište digitalnih preuzimanja kroz aplikacije PressPlay i MusicNet završio je neuspjehom, a PC World tada je komentirao da su „začuđujuće priglupе značajke tih servisa pokazale da diskografske kuće još uvijek ništa nisu shvatile“.<sup>68</sup> Preko svojih strukovnih udruga industrija je počela pokretati pravne postupke protiv pojedinaca zbog nezakonitog dijeljenja datoteka,<sup>69</sup> no to se pokazalo i financijski skupo i izvorom negativnog publiciteta.<sup>70</sup> Povrh toga, CD-ovi su toliko olakšavali digitalno piratstvo da su u jednom slučaju korisnici bili izloženi pokušajima hakiranja zbog toga što je jedna velika diskografska kuća tajno postavljala *rootkit software* i *software* za zaštitu od kopiranja na svoje CD-ove za široku prodaju (ta diskografska kuća je naposljetku morala pristati na nagodbu u nekoliko sudskih parnica).<sup>71</sup> Međutim, bilo je i

<sup>57</sup> Dr. Hayleigh Boshier ([EMS0254](#)).

<sup>58</sup> Robin Firman ([EMS0017](#)); [Direktiva 2001/29/EC](#), članak 3.

<sup>59</sup> Uredbe o autorskom i srodnim pravima iz 2003. godine, [uredba 7](#); Zakon o autorskom pravu, dizajnu i patent iz 1988. godine, [odjeljak 182CA](#).

<sup>60</sup> Ali Gavan ([EMS0026](#)); MIDiA Research ([EMS0073](#)); The Ivors Academy of Music Creators ([EMS0197](#)).

<sup>61</sup> Q221.

<sup>62</sup> BPI ([EMS0208](#)).

<sup>63</sup> BMG ([EMS0207](#)).

<sup>64</sup> Entertainment Retailers Association ([EMS0081](#)).

<sup>65</sup> [“Kazaa site becomes legal service”](#), BBC News (27. srpnja 2006.).

<sup>66</sup> [“Warning letters to ‘file-sharers’”](#), BBC News (3. srpnja 2008.).

<sup>67</sup> Entertainment Retailers Association ([EMS0081](#)).

<sup>68</sup> BMG ([EMS0207](#)).

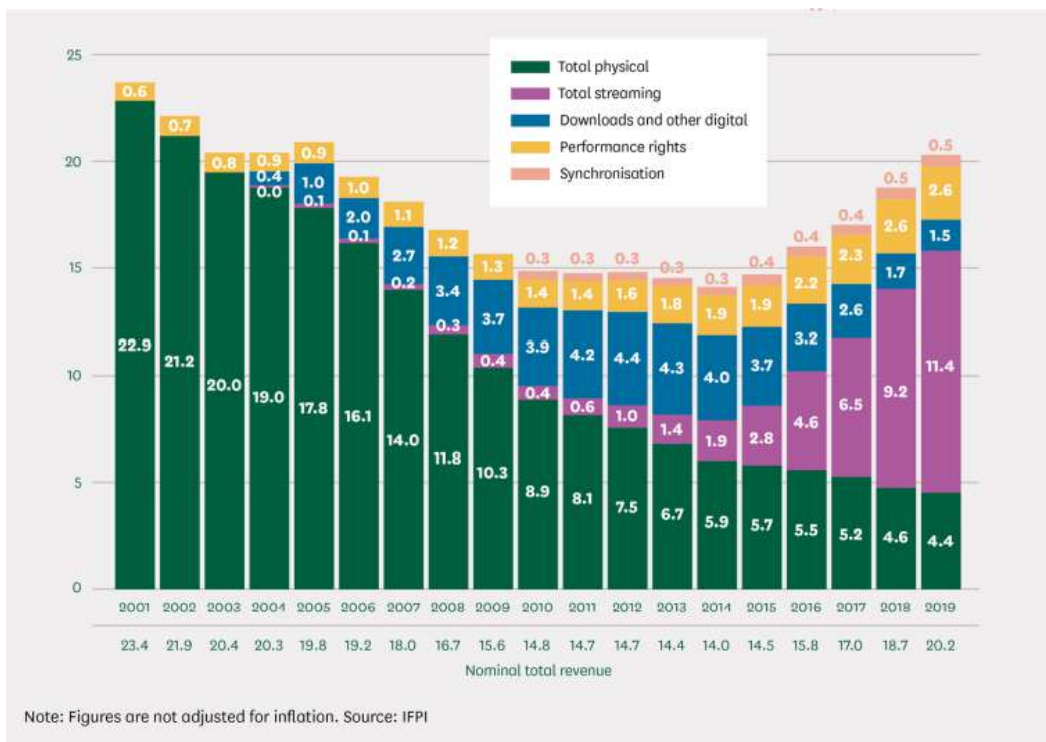
<sup>69</sup> BMG ([EMS0207](#)).

<sup>70</sup> [“Behind the music: Mystery of the filesharing windfalls”](#), The Guardian (30. srpnja 2009.).

<sup>71</sup> [“Inside the Spyware Scandal”](#), MIT Technology Review (1. svibnja 2006.).

uspjeha. Nakon više pravnih bitaka diskografske kuće uspjele su zatvoriti platforme za dijeljenje datoteka P2P Napster<sup>72</sup> i Limewire,<sup>73</sup> te prisiliti platformu Kazaa da postane zakoniti servis;<sup>74</sup> Limewire i Kazaa morali su platiti diskografskim kućama naknadu štete u iznosu od 100 milijuna \$, dok je brend Napster preuzet nakon što je trgovačko društvo bankrotiralo te je Napster kasnije postao zakoniti glazbeni *streaming* servis. Od 2012. godine nadalje, BPI-jeva Jedinica za zaštitu sadržaja (CPU) počela je u parnicama pred Visokim sudom zahtijevati od internetskih tražilica da iz rezultata pretraživanja uklone milijune URL-ova, a od pružatelja internetskih usluga da blokiraju stotine popularnih piratskih domena.<sup>75</sup> No, unatoč tim naporima prihodi industrije nastavili su padati; do 2015. godine prihodi diskografskih kuća pali su na manje od 800 milijuna £<sup>76</sup> (što je otprilike jednako današnjem iznosu od 900 milijuna £).

**Nominalni svjetski prihodi od snimljene glazbe po formatu, 2001.-2019. (u mlrd. \$)**



17. Situacija se počela mijenjati sredinom 2010.-tih godina. Na kraju 2008. godine i sedam godina nakon što je prodaja CD-ova doživjela svoj vrhunac, pokrenut je Spotify, prvi *mainstream* pretplatni glazbeni *streaming* servis.<sup>77</sup> Iz pisanih podnesaka koje smo primili u dokaznom postupku vidljivo je da u cijelom sektoru postoji jasno i široko suglasje oko toga da je *streaming* dao najveći doprinos padu digitalnog piratiziranja snimljene glazbe i ponovnom rastu prihoda u glazbenoj industriji.<sup>78</sup> Pojedine

<sup>72</sup> “[The Piracy Sites That Nearly Destroyed The Music Industry: What Happened To Napster](#)”, Forbes (21. ožujka 2018.).

<sup>73</sup> “[The Piracy Sites That Nearly Destroyed The Music Industry: What Happened To Napster](#)”, Forbes (21. ožujka 2018.).

<sup>74</sup> “[The Piracy Sites That Nearly Destroyed The Music Industry: What Happened To Napster](#)”, Forbes (21. ožujka 2018.).

<sup>75</sup> BPI ([EMS0208](#)).

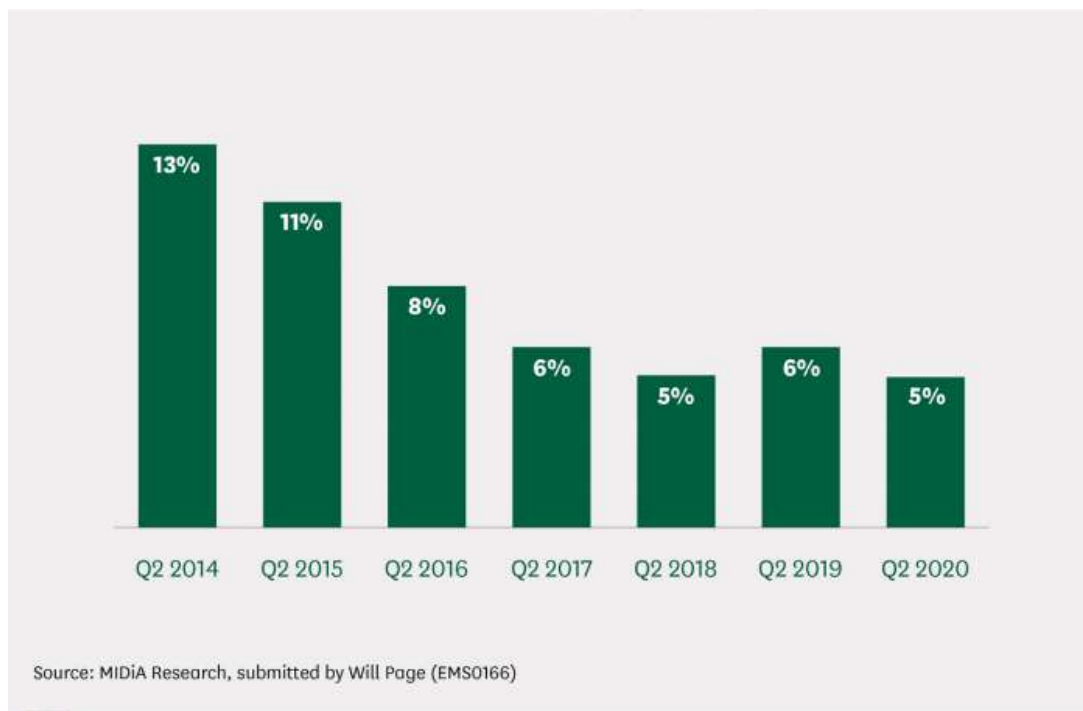
<sup>76</sup> BPI ([EMS0208](#)).

<sup>77</sup> Entertainment Retailers Association ([EMS0081](#)).

<sup>78</sup> Qq73–5 [Ed O’Brien, Guy Garvey]; Qq111 [Maria Forte], 113 [Kwame Kwaten], 128, 130, 194 [Soweto Kinch]; Q389 [Yvette Griffith]; Qq586 [Horacio Gutierrez], 600 [Paul Firth]; International Federation of Musicians (FIM)

studije pokazale su da su, čak i u ranim danima *streaminga*, zakoniti *streaming* servisi motivirali korisnike da prestanu koristiti nezakonite platforme. Jedna je studija u Švedskoj pokazala da je u razdoblju između 2009. i 2011. godine, nakon što su usluge *streaminga* postale dostupne, broj osoba koje su piratizirale glazbu pao za jednu četvrtinu.<sup>79</sup> Prema izvješću YouGov Music Report iz 2018. godine, broj osoba koje su nezakonito preuzimale glazbu pao je s 18 posto u 2013. godini na 10 posto u 2018. godini, a 63 posto osoba koje su prestale koristiti nezakonite stranice umjesto njih su počele koristiti *streaming* servise.<sup>80</sup> Od 2014. godine nadalje industrija snimljene glazbe svake je godine bilježila rast.<sup>81</sup> ERA navodi da je između 2015. i 2019. godine *streaming* povećao vrijednost tržišta snimljene glazbe u UK-u za 38 posto.<sup>82</sup> Svjetski prihodi od *streaminga* rasli su u 2019. godini za 23 posto te su činili 56 posto ukupnog svjetskog prihoda od snimljene glazbe, što je prvi put da je *streaming* ostvario većinski udio u konzumaciji glazbe.<sup>83</sup> Štoviše, u Sjedinjenim Američkim Državama, prihodi od *streaminga* glazbe u 2019. godini bili su veći od ukupne vrijednosti tržišta snimljene glazbe u 2017. godini.<sup>84</sup> Prihodi od *streaminga* sada čine više od 70 posto svih prihoda od snimljene glazbe u UK-u, a od 2009. godine do danas *streaming* je generirao 3,5 milijarde £ novih prihoda za industriju snimljene glazbe u UK-u.<sup>85</sup> Dominantni glazbeni *streaming* servisi nesumnjivo su poduprijeli temeljiti zaokret od kupovnog modela konzumiranja glazbe prema modelu koji se temelji na pristupu po načelu „švedskog stola“.<sup>86</sup>

#### Udio stanovništva UK-a koje glazbu preuzima nezakonito, 2014.-2020.



([EMS0025](#)); Entertainment Retailers Association ([EMS0081](#)); Association of Independent Music ([EMS0157](#)); PRS for Music ([EMS0158](#)).

<sup>79</sup> Will Page ([EMS0166](#)).

<sup>80</sup> Musicians' Union ([EMS0080](#)); Entertainment Retailers Association ([EMS0081](#)); Internet Association ([EMS0164](#)).

<sup>81</sup> Entertainment Retailers Association ([EMS0081](#)).

<sup>82</sup> Entertainment Retailers Association ([EMS0081](#)).

<sup>83</sup> YouTube ([EMS0144](#)).

<sup>84</sup> International Federation of Musicians (FIM) ([EMS0025](#)).

<sup>85</sup> Entertainment Retailers Association ([EMS0081](#)).

<sup>86</sup> PRS for Music ([EMS0158](#)).

18. Zbog svega toga, više osoba sada tvrdi da je opasnost od piratstva uglavnom prošla. Will Page, bivši glavni ekonomist u Spotifyju navodi da je „problem piratstva već neko vrijeme 'zastarjela vijest'“ zbog toga što postoji „bezbolni i slobodan pristup zakonitom *streamingu*“, koji potrošačima prvenstveno nude zakoniti besplatni servisi (vidi odjeljak 22 i Prilog 2 za detaljnije informacije).<sup>87</sup> MIDiA Research tvrdi da trenutno samo 2,9 posto potrošača u UK-u redovito koristi glazbene platforme P2P te navodi da je, iako bitka s piratstvom još uvijek nije gotova, „razina opasnosti sada mala i u pogledu veličine publike i u pogledu količine datoteka“.<sup>88</sup>

19. Međutim, industrijska tijela ističu da su povrede autorskih prava i dalje učestale te da se prilagođavaju ekonomiji *streaminga*.<sup>89</sup> Industrija nastavlja gubiti gotovo 200 milijuna £ procijenjenih prihoda zbog piratstva, od kojih bi koristi inače imali i korporativni i kreativni ekosustavi, kao i porezni obveznici kroz izgubljene prihode od PDV-a.<sup>90</sup> Jedan od oblika piratstva koji se pojavio sa *streamingom* je *stream-ripping*, to jest postupak snimanja i distribuiranja sadržaja prenesenih *streamingom* radi daljnjeg nezakonitog *streaminga* ili preuzimanja.<sup>91</sup> Istraživanje koje je 2017. godine proveo PRS for Music Limited, društvo za kolektivno ostvarivanje autorskih prava koje čine Performing Right Society (PRS) i MCPS (Mechanical-Copyright Protection Society), u partnerstvu s Uredom za intelektualno vlasništvo, pokazalo je da je *stream-ripping* brzo-rastući dio piratstva.<sup>92</sup> IFPI procjenjuje da je 23 posto osoba koristilo nezakonite servise za *stream-ripping*,<sup>93</sup> a nedavna studija koju je proveo IPSOS u ime Creative Content UK pokazala je da 35 posto internetskih korisnika provodi *stream-ripping*.<sup>94</sup> Ista IPSOS-ova studija utvrdila je da se *stream-rippingom* naročito često bave mladi ljudi, pa je tako 53 posto osoba starosti od 16 do 24 godine priznalo piratiziranje glazbe i to pretežito pomoću servisa za *stream-ripping*.<sup>95</sup> PRS for Music navodi da je između 2016. i 2019. godine sadržaj na taj način najčešće preuziman s YouTubea (iako se slična praksa sve više pojavljuje i na Spotifyju).<sup>96</sup> YouTube tvrdi da kontinuirano ulaže u sprječavanje *stream-rippinga* tako što tehnički poboljšava svoje usluge, pokreće pravne postupke i surađuje s trećim osobama.<sup>97</sup> Aplikacije za *stream-ripping* dostupne su i na trgovinama aplikacijama, zbog čega PRS for Music i druga industrijska tijela moraju neprestano intervenirati.<sup>98</sup>

20. Osim *stream-rippinga*, postoje i drugi oblici piratstva koji uključuju korištenje nezakonitih, nelicenciranih aplikacija i internetskih stranica za slušanje glazbe,<sup>99</sup> dijeljenje korisničkih računa zakonitih aplikacija s drugima<sup>100</sup> i pristupanje zakonito-licenciranoj besplatnoj glazbi bez prikazivanja oglasa.<sup>101</sup> Suvremenom digitalnom piratstvu često pogoduju internetske tražilice i drugi digitalni posrednici, zbog nepostojanja jasne pravne odgovornosti za to.<sup>102</sup> IFPI je drugdje tvrdio i da „54% osoba

<sup>87</sup> Will Page ([EMS0166](#)).

<sup>88</sup> MIDiA Research ([EMS0073](#)).

<sup>89</sup> One Media iP Group PLC ([EMS0182](#)).

<sup>90</sup> BPI ([EMS0208](#)).

<sup>91</sup> Dr. Nicola Searle ([EMS0041](#)).

<sup>92</sup> PRS for Music ([EMS0158](#)); vidi i All Party Parliamentary Jazz Appreciation Group ([EMS0161](#)).

<sup>93</sup> techUK ([EMS0276](#)).

<sup>94</sup> All Party Parliamentary Jazz Appreciation Group ([EMS0161](#)).

<sup>95</sup> All Party Parliamentary Jazz Appreciation Group ([EMS0161](#)); BPI ([EMS0208](#)).

<sup>96</sup> British Copyright Council ([EMS0139](#)).

<sup>97</sup> YouTube ([EMS0144](#)).

<sup>98</sup> PRS for Music ([EMS0158](#)).

<sup>99</sup> AEPO-ARTIS ([EMS0051](#)); PRS for Music ([EMS0158](#)).

<sup>100</sup> Will Page ([EMS0166](#)).

<sup>101</sup> The Ivors Academy of Music Creators ([EMS0197](#)).

<sup>102</sup> BPI ([EMS0208](#)); Bucks Music Group Ltd ([EMS0269](#)).

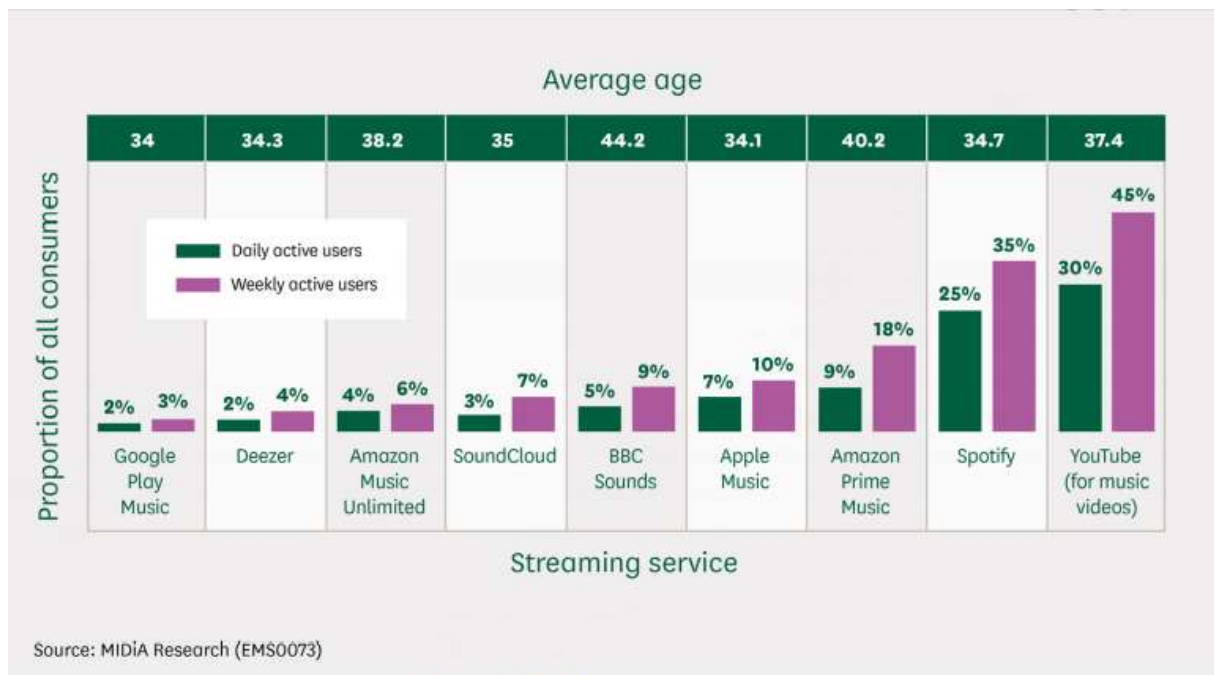


koje preuzimaju nelicenciranu glazbu koristi i Google da bi pronašli nelicenciranu glazbu”.<sup>103</sup> Nadalje, glazba koja je procurila na Internet, često kao posljedica hakiranja u promotivnom razdoblju prije izdavanja, također uzrokuje gubitak prihoda za industriju.<sup>104</sup> I konačno, glazbena industrija primijetila je da zakoniti *streaming* servisi često na svojim poslužiteljima smještaju neovlašteno postavljene datoteke od kojih zarađuju pirati, a time se prihodi uskraćuju nositeljima prava i prisiljava ih se da svoja sredstva ulažu u servise za otkrivanje neovlaštenog korištenja.<sup>105</sup>

## Modeli poslovanja glazbenih *streaming* servisa

Dnevno i tjedno aktivni korisnici vodećih glazbenih *streaming* servisa, iz UK-a, 2. kvartal 2020.

Dnevno i tjedno aktivni korisnici vodećih glazbenih *streaming* servisa, iz UK-a, 2. kvartal 2020.



21. Platforme tehnoloških kompanija pružaju usluge *streaminga* glazbe kao svoju temeljnu ili kao svoju sekundarnu djelatnost. Unutar glazbene industrije *streaming* servisi često se nazivaju još i pružatelji digitalnih usluga. Međutim, napominjemo da se u svakodnevnom govoru taj pojam može odnositi i na razne druge servise, uključujući internetske tražilice, *online* trgovine ili pružatelje računalnih usluga u oblaku te ih stoga u ovom Izvješću nazivamo glazbeni *streaming* servisi.

22. Mnogo je načina kategorizacije glazbenih *streaming* servisa, uključujući prema cjenovnoj strategiji, prema ponudi usluga i prema modelu plaćanja (njihov potpuniji opis dajemo u Prilogu 2). Najveći servisi trenutno posluju prema naplatnom (*premium*) modelu ili modelu slobodnog pristupa, ili kombiniraju ta dva modela u tzv. *freemium* model (iako nekoliko *start-upova*, kao što su Resonate Co-operative i Sonstream, nude zanimljive zamjene za to kroz modele s mikro-plaćanjima). Naplatni servisi financiraju se kroz mjesečnu pretplatu (uz trenutnu referentnu cijenu od 9,99 £ mjesečno), dok se besplatni servisi financiraju prihodima od oglašavanja—ili se, u slučaju Amazona, nude u paketu s pretplatom na video sadržaje i dostavu robe. Ti prihodi se zatim dijele između servisa ili glazbene industrije sukladno

<sup>103</sup> All Party Parliamentary Jazz Appreciation Group ([EMS0161](#)).

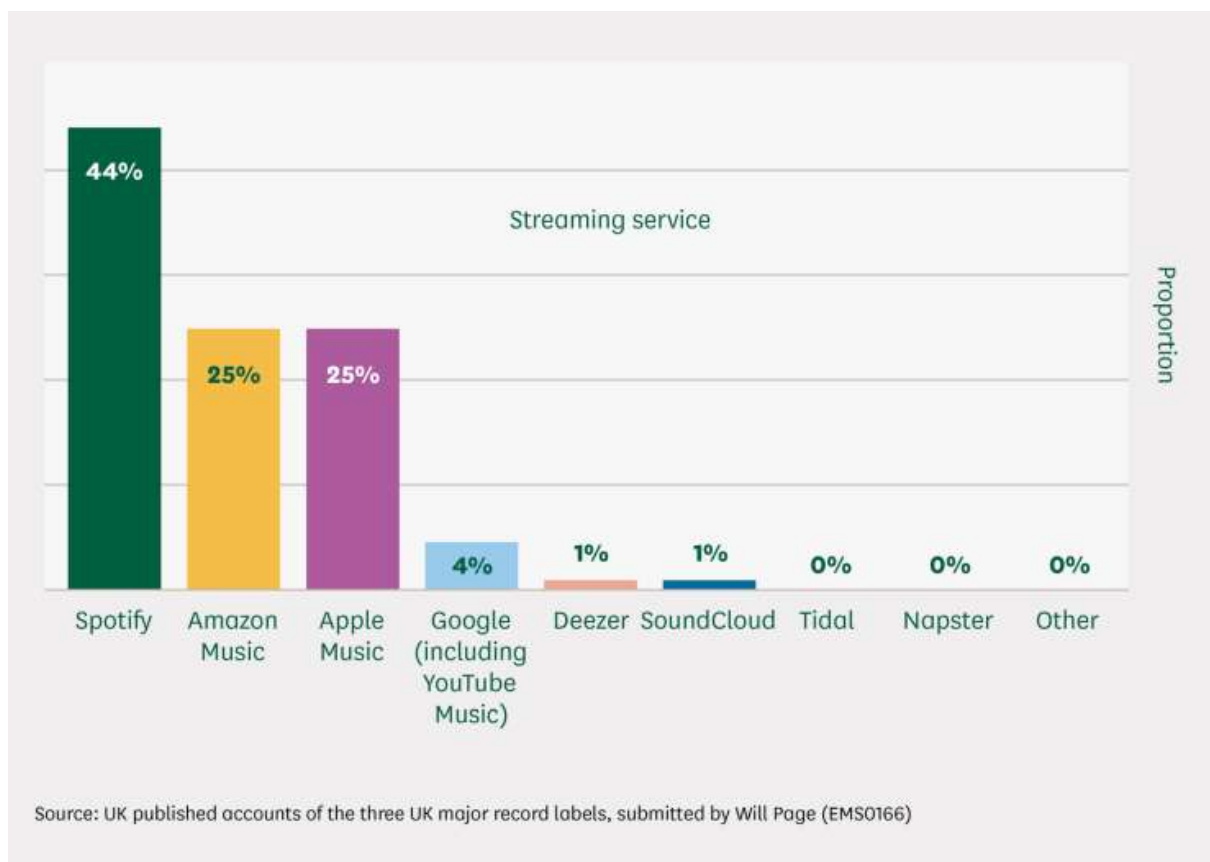
<sup>104</sup> BPI ([EMS0208](#)); Matthew Tong ([EMS0155](#)).

<sup>105</sup> BPI ([EMS0208](#)); Bucks Music Group Ltd ([EMS0269](#)).

prethodno utvrđenim i sklopljenim ugovorima s glazbenom industrijom (koji su opisani u odjeljcima 24-33 u Poglavlju 2). Većina servisa potom dodjeljuje prihode pojedinim snimkama (a tako i pojedinim nositeljima prava) sukladno razmjernom modelu, kod kojeg se ukupni prihodi od svakog izvora prihoda zbrajaju i zatim se raspodjeljuju nositeljima prava razmjerno udjelu svake snimke u ukupnom broju *streamova*. Međutim, neki servisi eksperimentiraju s drukčijim modelima: SoundCloud, primjerice, trenutno iskušava platežni sustav za nezavisne glazbenike koji je usmjeren na korisnike i kod kojeg svaki korisnik plaća pretplatu sukladno snimkama koje je slušao umjesto uzimajući u obzir zbirno slušanje svih korisnika (dok su servisi poput Resonatea i Sonstreama otpočetak dizajnirani tako da budu usmjereni na korisnike).

**Udio u 22,6 milijuna naplatnih pretplatničkih računa u UK-u prema *streaming* servisu, 1. kvartal 2020.**

**Udio u 22,6 milijuna naplatnih pretplatničkih računa u UK-u prema *streaming* servisu, 1. kvartal 2020.**



23. Jedan od važnih načina kategorizacije *streaming* servisa temelji se na smještaju sadržaja na poslužiteljima servisa. Većina glazbenih *streaming* servisa, kao što su Spotify, Amazon Music i Apple Music, ishoduju odobrenja (licence) za korištenje glazbe od glazbene industrije. Međutim, neki servisi, kao što su YouTube ili SoundCloud, isključivo ili dodatno na svojim poslužiteljima smještaju sadržaj koji stvaraju (UGC) odnosno sadržaj koji postavljaju (UUC) korisnici te je taj sadržaj dostupan izravno na njihovim stranicama. Servisi koji smještaju sadržaj koji stvaraju korisnici (UGC) isključeni su od pravne odgovornosti za povrede autorskog prava (između ostalog), osim i ako ne steknu „stvarno znanje“ o radnjama kojima se čini povreda, nakon čega moraju žurno ukloniti ili onemogućiti pristup informacijama.<sup>106</sup> Te iznimke od odgovornosti u tehnološkoj i glazbenoj industriji nazivaju se odredbe

<sup>106</sup> SCRIPT ([EMS0205](#)).

o „sigurnim lukama“ te su prenesene u pravo UK-a iz Direktive o elektroničkoj trgovini EU-a (što znači da su ostale dio prava UK-a, čak i nakon izlaska UK-a iz Europske unije).<sup>107</sup> Međutim, treba napomenuti da će *streaming* servisima koji smještaju sadržaj koji stvaraju korisnici (UGC), kao i trgovačkim društvima koja upravljaju društvenim mrežama i drugim internetskim stranicama koje smještaju sadržaj koji stvaraju korisnici (UGC), uskoro biti nametnute nove obveze vezane uz povredu autorskog prava u državama članicama EU-a, sukladno novoj Direktivi o autorskim pravima na jedinstvenom digitalnom tržištu (o kojoj ćemo raspravljati u odjeljcima 173-178, u Poglavlju 5 ispod).<sup>108</sup>

## Autorsko pravo i naknada od *streaminga* glazbe

### Streaming glazbe

24. Postoje dvije različite skupine prava koja se iskorištavanju tijekom *streaminga* glazbe: pravo na stihovima i glazbi pjesme (koje se ponekad u podnescima koje smo primili u dokaznom postupku naziva „pjesma“ ili „prava na pjesmi“), i pravo na izvedbi (koje se naziva „snimka/master“ ili „prava na snimci/masteru“). Istu pjesmu tijekom njezinog postojanja može izvoditi i snimiti više različitih glazbenika.<sup>109</sup> U postupcima skladanja i snimanja glazbe može na različite načine sudjelovati više kreativaca, koji u svakom od tih postupaka mogu raditi s različitim kompanijama (pod pretpostavkom da ne odluče zadržati svoja prava i samostalno objaviti svoju glazbu te je kao takvu distribuirati).<sup>110</sup> Autori pjesama i skladatelji rade s glazbenim nakladnicima kako bi iskorištavali prava na pjesmama, dok izvođači rade s diskografskim kućama kako bi iskorištavali prava na snimkama. Diskografske kuće ili agregatori i distributeri daju odobrenja za korištenje snimaka izravno *streaming* servisima, dok kolektivna odobrenja za korištenje pjesama daju društva za kolektivno ostvarivanje prava – tijela koja daju odobrenja za korištenje djela zaštićenih autorskim pravima u ime nositelja prava i brinu se da ti nositelji prava dobiju naknadu za takvo korištenje u zamjenu za administrativnu naknadu.

25. Iako mnoge glazbene kompanije posluju i kao nakladnici i kao diskografi, te djelatnosti su obično organizirane kroz zasebne cjeline, što znači da će svaki servis koji želi koristiti snimljenu glazbu (kao što je radio ili *streaming* servisi) morati ishoditi odobrenje za korištenje pjesme i snimke odvojeno. Diskografske kuće mogu dati odobrenje za korištenje svojih cjelokupnih kataloga snimaka izravno trgovačkim društvima koja pružaju usluge *streaminga* glazbe, naročito ako imaju velike kataloge.<sup>111</sup> Osim toga, manje diskografske kuće (i glazbenici koji samostalno objavljuju) mogu koristiti glazbenog distributera koji, u ovom kontekstu, djeluje kao posrednik između nositelja prava i glazbenih *streaming* servisa.<sup>112</sup> Postoje razni distributeri, od malih *boutique* servisa do velikih kolektiva kao što je Merlin, centar za licenciranje koji su osnovale nezavisne diskografske kuće kako bi povećale svoj ukupni udio na tržištu.<sup>113</sup> PRS for Music, s druge strane, kolektivno pregovara o pravima na pjesmama te daje odobrenja za njihovo korištenje u ime autora pjesama, skladatelja i nakladnika.<sup>114</sup>

26. Složeni pozadinski splet prava, pregovora o licenciranju i ugovora između korporacija i kreativaca značajno utječe na visinu naknade koju stranke primaju od *streaminga* glazbe. Prije negoli se prihodi od *streaminga* podijele između primatelja odobrenja (licenci) i nositelja prava, Vlada ubire prihode od

<sup>107</sup> [Direktiva 2000/31/EZ](#).

<sup>108</sup> [Direktiva \(EU\) 2019/790](#), Article 17; vidi i CREATE: UK Copyright and Creative Economy Centre, Sveučilište Glasgow ([EMS0189](#)).

<sup>109</sup> Association of Independent Music ([EMS0157](#)).

<sup>110</sup> Chris Cooke, *Dissecting the Digital Dollar*, 3. izdanje (Wrocław, 2020.).

<sup>111</sup> Chris Cooke, *Dissecting the Digital Dollar*, 3. izdanje (Wrocław, 2020.).

<sup>112</sup> Association of Independent Music ([EMS0157](#)).

<sup>113</sup> Association of Independent Music ([EMS0157](#)).

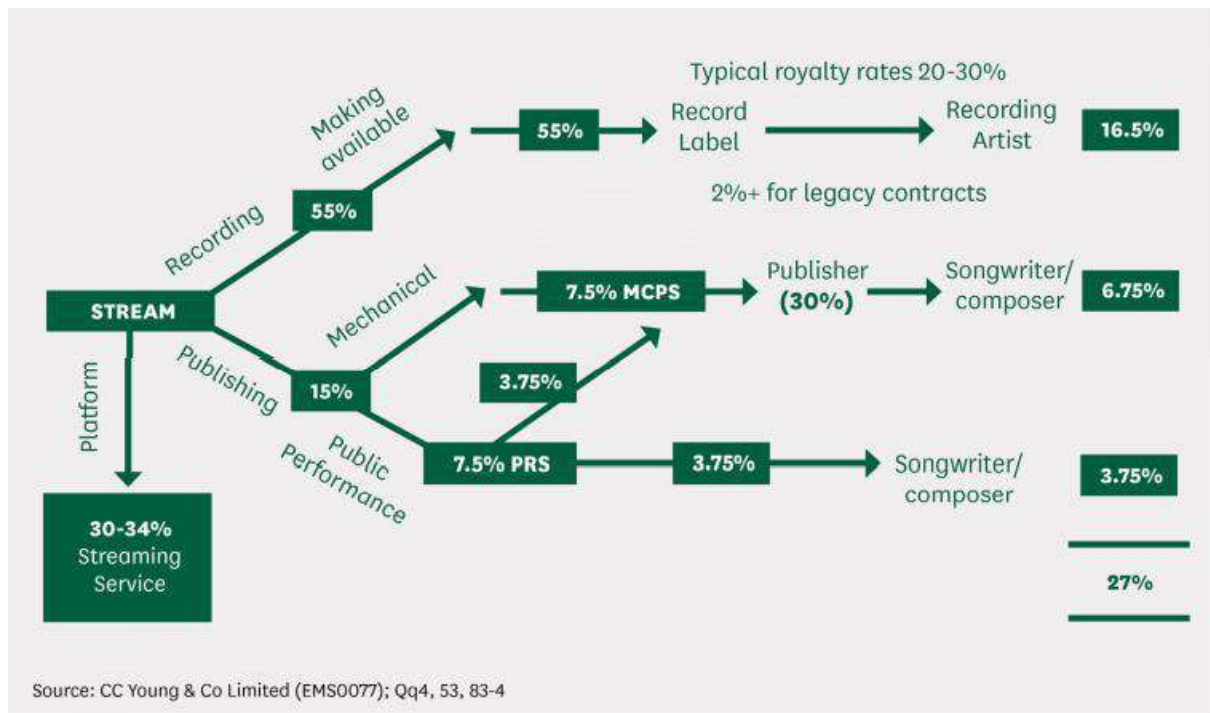
<sup>114</sup> CREATE: UK Copyright and Creative Economy Centre, Sveučilište Glasgow ([EMS0189](#)).

pretplata na *streaming* glazbe u obliku poreza na dodanu vrijednost (PDV), neizravnog poreza koji se obračunava na većinu dobara i usluga u UK-u, po standardnoj stopi od 20 posto bruto marže. Za standardnu pretplatu čija je cijena 9,99 £, PDV iznosi 1,67 £ po pretplati.<sup>115</sup> Glazbeni *streaming* servisi uzimaju svoj dio prihoda od ostatka, koji se naziva „posuda bruto prihoda“. Općenito se pretpostavlja da *streaming* servisi uzimaju 30 posto prihoda od standardne pretplate i oglašavanja,<sup>116</sup> iako strukovno tijelo nezavisnih diskografskih kuća Association of Independent Music (AIM) navodi da je taj iznos zapravo bliži 35 posto.<sup>117</sup> Preostali dio odlazi industriji te se naziva „posuda tantijema“.<sup>118</sup> Iz posude tantijema većina prihoda odlazi nositeljima prava na masteru, koji primaju otprilike 55 posto posude bruto prihoda. Nositelji prava na pjesmama primaju ostatak, koji iznosi otprilike 15 posto posude bruto prihoda. Ako gledamo posudu tantijema, nositelji prava na masteru dobivaju otprilike 78,5 posto prihoda koje dobivaju nositelji prava u glazbenoj industriji, dok nositelji prava na pjesmama primaju otprilike 21,5 posto.

**Raspodjela prihoda od *streaminga* glazbe (nakon obračuna PDV-a)**

**Raspodjela prihoda od *streaminga* glazbe (nakon obračuna PDV-a)**

Svi postoci su približni ili ilustrativni



Svi postoci su približni ili ilustrativni.

**Kako se prava iskorištavaju**

27. Autorsko pravo UK-a predviđa posebna prava za nositelje autorskog prava i za izvođače, koja kontroliraju način na koji se glazba konzumira. Zakon o autorskom pravu, dizajnu i patentu iz 1988. godine (u daljnjem tekstu: Zakon) daje nositelju autorskog prava isključivo pravo na određene radnje. Konzumiranje glazbe (bilo zakonito ili nezakonito) uključuje jednu ili više tih radnji. Te radnje uključuju

<sup>115</sup> Entertainment Retailers Association ([EMS0081](#)); Anthony Hamer-Hodges ([EMS0206](#)); BPI ([EMS0208](#)).

<sup>116</sup> Entertainment Retailers Association ([EMS0081](#)); CC Young & Co Limited ([EMS0077](#)).

<sup>117</sup> Association of Independent Music ([EMS0157](#)).

<sup>118</sup> BPI ([EMS0208](#)).

umnožavanje, izdavanje, iznajmljivanje ili posuđivanje<sup>119</sup> primjeraka djela, javno izvođenje, priopćavanje javnosti (npr. radiodifuzijsko emitiranje) i/ili preradu djela.<sup>120</sup> Do povrede autorskog prava dolazi kada netko izvrši ili ovlasti drugu osobu da izvrši bilo koju od ovih radnji bez odobrenja nositelja autorskog prava,<sup>121</sup> s time da postoje određene dopuštene iznimke, koje uključuju korištenje u svrhu istraživanja, kritike, izvještavanja i parodije, karikature ili pastiša.<sup>122</sup>

28. Uredbe donesene na temelju Zakona također daju nekoliko prava izvođačima. Od 1996. godine nadalje, 'pravo reproduciranja', 'pravo distribucije', 'pravo iznajmljivanja' i 'pravo posuđivanja', primjerice, daju izvođačima pravo da ovlaste ili zabrane izradu, izdavanje, iznajmljivanje i posudbu primjeraka javnosti.<sup>123</sup> Što je važno za ovu istragu, od 1996. godine nadalje te uredbe daju izvođačima i neotuđivo te neustupivo „pravo na pravičnu naknadu“ (poznato kao „pravo na naknadu“) u slučajevima kada je komercijalno objavljena snimka izvođena u javnosti, priopćena javnosti ili (ako izvođač prenese svoje pravo iznajmljivanja na proizvođača fonograma ili filma) iznajmljena javnosti.<sup>124</sup> Točan iznos pravične naknade nije uređen pravom UK-a, ali trenutne industrijske norme nalažu da korporativni i kreativni partneri između sebe dijele prihode na pola.<sup>125</sup> Podjednako je važno i to što od 2003. godine nadalje izvođači uživaju i pravo stavljanja na raspolaganje javnosti, do čije povrede dolazi „ako neka osoba bez njihovog odobrenja stavi na raspolaganje javnosti snimku u cjelini ili bilo koji značajan dio zaštićene izvedbe putem elektroničkog prijenosa na taj način da svatko može pristupiti snimci s mjesta i u vrijeme koje pojedinačno odabere“.<sup>126</sup> Dakle, pravo stavljanja na raspolaganje javnosti znači da povreda prava izvođača prema pravu UK-a nastaje ako netko omogući drugima umnožavanje zaštićenog djela, čak i ako oni sami ne izdaju primjerke tog djela. Kao što je naveo poznati revizor i računovođa specijaliziran za *streaming* Colin Young, Zakon o autorskom pravu, dizajnu i patentu ne daje pravo na pravičnu naknadu u slučaju da djelo iskorištava pravo stavljanja na raspolaganje javnosti.<sup>127</sup>

29. *Streaming* glazbe naročito je složeno pitanje u pogledu prava koja se iskorištavaju kada se snimka konzumira putem *streaming* servisa. Iako se i prava na pjesmi koja se nalazi na snimci i prava na toj snimci iskorištavaju istovremeno, ta prava se različito pravno karakteriziraju.<sup>128</sup> S jedne strane, *streaming* snimke tretira se kao „stavljanje na raspolaganje javnosti“. S druge strane, prava na pjesmi tretiraju se i kao priopćavanje djela javnosti u vidu „javne izvedbe“ i njezina „mehanička“ reprodukcija. Kao što je ranije navedeno, kada dođe do priopćavanja javnosti (osim „stavljanjem na raspolaganje javnosti“), sve stranke primaju pravičnu naknadu. U slučaju da se konzumiranje glazbe klasificira kao „mehaničko“ ili „stavljanje na raspolaganje javnosti“, kreativci primaju naknadu sukladno odredbama

<sup>119</sup> Zakon o autorskom pravu, dizajnu i patentu iz 1988. definira iznajmljivanje kao stavljanje primjerka na raspolaganje za korištenje pod uvjetom da će ili može biti vraćen, radi ostvarivanja izravne ili neizravne imovinske ili komercijalne koristi, dok posuđivanje definira kao stavljanje primjerka na raspolaganje za korištenje, pod uvjetom da će ili može biti vraćen, na drugi način osim radi ostvarivanja izravne ili neizravne imovinske ili komercijalne prednosti.

<sup>120</sup> Zakon o autorskom pravu, dizajnu i patentu iz 1988., [odjeljak 16.](#)

<sup>121</sup> Zakon o autorskom pravu, dizajnu i patentu iz 1988., [odjeljak 17- 21.](#)

<sup>122</sup> Zakon o autorskom pravu, dizajnu i patentu iz 1988., [odjeljak 29- 30A.](#)

<sup>123</sup> Zakon o autorskom pravu, dizajnu i patentu iz 1988., [odjeljak 21;](#) Zakon o autorskom pravu, dizajnu i patentu iz 1988., [odjeljak 182A-C.](#)

<sup>124</sup><sup>124</sup> Zakon o autorskom pravu, dizajnu i patentu iz 1988., [odjeljak 21-2;](#) Zakon o autorskom pravu, dizajnu i patentu iz 1988., [odjeljak 182D, 191-F-G.](#)

<sup>125</sup> International Federation of Musicians (FIM) ([EMS0025](#)).

<sup>126</sup> Zakon o autorskom pravu, dizajnu i patentu iz 1988., [odjeljak 7;](#) Zakon o autorskom pravu, dizajnu i patentu iz 1988., [odjeljak 182CA.](#)

<sup>127</sup> Zakon o autorskom pravu, dizajnu i patentu iz 1988., [odjeljak 7;](#) Zakon o autorskom pravu, dizajnu i patentu iz 1988., [odjeljak 182D;](#) CC Young & Co Limited ([EMS0077](#)).

<sup>128</sup> CREATE: UK Copyright and Creative Economy Centre, Sveučilište Glasgow ([EMS0189](#)).

njihovih ugovora s nakladnikom ili diskografom, od strane trgovačkih društava kojima su njihova prava ustupljena, koja imaju odobrenje za njihovo korištenje ili kojima su distribuirana.

### **Kako nositelji prava dobivaju naknadu**

#### *Izvođači i diskografske kuće*

30. U relativnom smislu isplata naknade izvođačima jednostavan je postupak. Prvo, diskografska kuća ili distributer primi prihode za snimku (tj. 55 posto posude bruto prihoda, ili otprilike 80 posto posude tantijema). Potom diskografska kuća ili distributer plati izvođaču sukladno odredbama njihovog ugovora. Iako relevantni kreativci i trgovačka društva pojedinačno međusobno pregovaraju o sklapanju diskografskog ugovora, postoji nekoliko širih tipova ugovora o kojima izvođač može pregovarati s diskografskom kućom: tradicionalni diskografski ugovor, ugovor o distribuciji ili ugovor o pružanju diskografskih usluga (iako diskografske kuće i izvođači mogu pregovarati o čitavom nizu odredaba).<sup>129</sup>

31. Kod tradicionalnog diskografskog ugovora izvođač će ustupiti svoja prava na snimkama proizvedenima u skladu s odredbama ugovora isključivo diskografskoj kući, u zamjenu za predujam (tj. uplatu unaprijed) te ili tantijeme (nakon „povrata“ određenih troškova) ili udio u dobiti. Takav ugovor naziva se ugovor o „predujmu i tantijemama“ odnosno ugovor o „predujmu i udjelu u dobiti“.<sup>130</sup> U pogledu podjele novca ugovor o „predujmu i tantijemama“ pogoduje diskografskoj kući, dok izvođač prima između 12 i 30 posto, ovisno o tome kada je izvođač potpisao ugovor i ovisno o njegovoj prethodnoj popularnosti i uspjehu.<sup>131</sup> Takve ugovore najčešće nude velike diskografske kuće.<sup>132</sup> Kod ugovora o distribuciji diskografska kuća obvezuje se distribuirati snimke glazbenim *streaming* servisima u ime izvođača uz distribucijsku naknadu koja otprilike iznosi 15–20 posto prihoda. Kod ugovora o pružanju diskografskih usluga diskografska kuća pruža usluge iz ugovora o distribuciji i usluge marketinga i promidžbe uz malo višu naknadu (koja otprilike iznosi 25–30 posto). Umjesto toga diskografska kuća može uzeti kratkoročnu licencu za isključivo korištenje gotovih snimki od treće osobe sukladno odredbama tradicionalnog ugovora (ali uz viši predujam i postotak tantijema, budući da treća osoba mora naknadno platiti izvođaču od kojeg je prvotno stekla prava).<sup>133</sup> Osim toga, izvođač se može odlučiti samostalno objaviti svoju glazbu u vlastitom izdanju. Da bi to učinio svoju glazbu mora izdati preko distributera ili agregatora koji će pjesme postaviti na *streaming* servise u zamjenu za paušalnu naknadu po snimci, ali bez pružanja usluga koje pružaju diskografske kuće, kao što su promidžba, marketing i analiza podataka.<sup>134</sup>

#### *Autori pjesama, skladatelji i glazbeni nakladnici*

32. Postupak je puno složeniji kada se radi o pravima na pjesmi. Prvo, prihodi od pjesme (tj. 15 posto posude bruto prihoda ili otprilike 20 posto posude tantijema) dijele se na jednake dijelove između mehaničkog i javnog izvođenja. Za javno izvođenje, i glazbeni nakladnik i autori pjesme i/ili skladatelji dijele prihode na jednake dijelove zbog prava na pravičnu naknadu. Prihodi se isplaćuju njihovom društvu za kolektivno ostvarivanje prava, koje tada na odgovarajući način plaća nositeljima prava.

33. Za mehaničko izvođenje, glazbeni nakladnik i autori pjesme i/ili skladatelji plaćaju se prema odredbama njihovih ugovora. Za razliku od diskografskog ugovora, nakladnički ugovori između

<sup>129</sup> BPI ([EMS0208](#)).

<sup>130</sup> BPI ([EMS0208](#)).

<sup>131</sup> Q84; BPI ([EMS0208](#)).

<sup>132</sup> Q2.

<sup>133</sup> BPI ([EMS0208](#)).

<sup>134</sup> BPI ([EMS0208](#)).

glazbenih nakladnika i autora pjesama često su velikodušniji (iako samo na prvi pogled, budući da pjesma prima puno manji postotak prihoda od *streaminga*).<sup>135</sup> Najčešći tipovi ugovora su ugovori o pojedinačnim pjesmama, kod kojih autor pjesme ustupa svoja prava na određenim djelima nakladniku u zamjenu za dio prihoda, i isključivi ugovor o pisanju pjesama, kod kojeg autor pjesama ustupa prava na svim pjesmama koje je napisao tijekom određenog razdoblja u zamjenu za udio u ostvarenoj zaradi i mjesečne ili periodičke isplate koje se tretiraju kao nadoknativi predujmovi. Ostali tipovi ugovora su su-nakladnički ugovori (kod kojih su autor pjesme i nakladnik su-nositelji autorskog prava, a autor pjesme također dobiva udio u nakladnikovoj zaradi), participativni ugovori (koji su slični su-nakladništvu, ali bez su-nositeljstva), i ugovori o administriranju (koji omogućuju nakladnicima da daju odobrenje za korištenje pjesama na određeno vrijeme uz administratorsku naknadu).

## Iskustvo potrošača

### *Koristi od streaminga za potrošače*

34. Postoji široko suglasje o tome da potrošači imaju značajne koristi od trenutnog modela *streaminga* glazbe (pa potrošači stoga i cijene taj model<sup>136</sup>). Dva su (povezana) razloga za to: cijena i ponuda servisa. Zbog relativno jeftinih mjesečnih paketa pretplata, potrošači općenito dobivaju uslugu po modelu 'švedskog stola',<sup>137</sup> kod kojeg mogu slušati bilo koju snimku iz kataloga servisa koliko god puta žele (iako neki *streaming* servisi koji posluju po *freemium* modelu, kao što su Spotify i Amazon, u pravilu korisnicima koji ne plaćaju pretplatu onemogućuju pristup nekima ili svim snimkama na zahtjev, s ciljem poticanja rasta pretplate). Profesorica Ruth Towse navodi da „naknada za pretplatu nije određena uzimajući u obzir tržište snimljene glazbe, nego uzimajući u obzir naknade koje naplaćuju konkurentske platforme“ te da „do sada nije bilo cjenovnih ratova između glazbenih *streaming* servisa”.<sup>138</sup> S obzirom na to da su nominalne cijene paketa pretplate na *streaming* fiksirane već više od deset godina, to znači da su za potrošače stvarne cijene pale u ukupnom iznosu od 26 posto u tom istom razdoblju, ako se uzme u obzir inflacija.<sup>139</sup> Nadalje, cijene su za većinu valuta određene u istom nominalnom iznosu (tj. pojedinci plaćaju 9,99 £ u UK-u, 9,99 € u Eurozoni i 9,99 \$ u Sjedinjenim Državama),<sup>140</sup> što pokazuje da za potrošače u različitim zemljama cijene usluga *streaminga* nisu jednake. Kao posljedica toga potrošači iz UK-a potrošili su malo više od 1 milijardu £ na pretplate na glazbene *streaming* servise 2019. godine, što je porast u odnosu na potrošene 812 milijuna £ 2018. godine.<sup>141</sup> Nadalje, *streaming* je potrošačima ponovno stavio na raspolaganje snimke koje diskografske kuće više nisu smatrale gospodarski isplativima da bi ih nastavile tiskati i izdavati.<sup>142</sup> S obzirom na navedeno, potrošačima je sada na raspolaganju legalna licencirana glazba po manjim cijenama, ako potrošači uopće išta plaćaju. Kao što nam je legendarni glazbenik i trostruki dobitnik nagrade Grammy Nile Rodgers rekao: „da sam sada mlada osoba imao bih pristup većoj količini glazbe nego što sam imao ikada prije“.<sup>143</sup>

35. Nasuprot tome, potrošači kojima su ove usluge i dalje preskupe da bi ih koristili, umjesto toga mogu koristiti 'švedski stol' koji im omogućuje YouTubeov besplatni servis za dijeljenje videa koje postavljaju

<sup>135</sup> Music Managers Forum and Featured Artists Coalition ([EMS0128](#))

<sup>136</sup> Dr. Nicola Searle ([EMS0041](#)).

<sup>137</sup> Dr. Nicola Searle ([EMS0041](#)).

<sup>138</sup> Sveučilište Bournemouth ([EMS0048](#)).

<sup>139</sup> Q18; Association of Independent Music ([EMS0157](#)).

<sup>140</sup> Sveučilište Bournemouth ([EMS0048](#)).

<sup>141</sup> Internet Association ([EMS0164](#)).

<sup>142</sup> Q513 [Horace Trubridge].

<sup>143</sup> Q197.

korisnici, koji se financira oglašavanjem. Iako YouTube potrošačima nameće pojedina ograničenja kao što su oglašavanje i mogućnost reproduciranja isključivo preko interneta (kao i drugi besplatni servisi) te nemogućnost pozadinskog reproduciranja za korisnike mobilnih uređaja, svejedno je YouTube dominantan glazbeni *streaming* servis.<sup>144</sup> Primjerice, IFPI-evo izvješće o ponašanju potrošača iz 2017. godine utvrdilo je da je YouTube zaslužan za 46 posto ukupnog *streaminga* glazbe na zahtjev, što je više od Spotifyja, Applea, Tidal, Deezer i Napstera zajedno,<sup>145</sup> a iz podataka udruženja Recording Industry Association of America (RIAA) slijedi da YouTube drži barem 51 posto udjela na svjetskom tržištu *streamova*.<sup>146</sup> Naknadno IFPI-jevo izvješće iz 2018. godine pokazalo je da je čak 35 posto korisnika *streaminga* kao glavni razlog zbog kojeg ne plaćaju pretplatu istaklo postojanje servisa za sadržaje koje postavljaju korisnici poput YouTubea.<sup>147</sup> Anketa provedena 2020. godine pokazala je da servisi za dijeljenje videa koje postavljaju korisnici predstavljaju prvi izbor naročito mlađoj populaciji, pri čemu je 70 posto Amerikanaca od 12 do 34 godine starosti odgovorilo da koristi YouTube za slušanje glazbe ili gledanje glazbenih videa (u usporedbi s 50 posto svih ispitanika iz Amerike), dok je 56 posto osoba iz UK-a starosti od 8 do 15 godina koristilo YouTube i Vimeo za istu svrhu.<sup>148</sup>

### **Promjene potrošačkih navika**

36. Navike potrošača promijenile su se s pojavom *streaminga* glazbe, a uspješni protagonisti u glazbenoj industriji na to su odgovorili. Potrošači iz UK-a su koristeći isključivo pretplatne audio *streaming* servise (tj. ne preko YouTubea i drugih video *streaming* servisa) samo u 2019. godini ostvarili 114 milijardi preslušavanja snimljene glazbe, što je prvi put da je *streaming* prekoračio 100 milijardi preslušavanja.<sup>149</sup> *Streaming* raste istovremeno s padom prihoda od fizičke prodaje, koja je pala za preko 5 posto između 2018. i 2019. godine.<sup>150</sup> Isto tako, *streaming* je zaslužan i za ogromno smanjenje broja slušatelja radija, naročito među mlađom publikom: jedna studija iz 2016. godine utvrdila je da su milenijalci slušali radio u prosjeku samo 12 posto vremena, u usporedbi s 35 posto vremena koliko je radio slušala opća populacija, a koristili su *streaming* servise na zahtjev u prosjeku 51 posto vremena, u usporedbi s 24 posto vremena koliko je *streaming* servise na zahtjev koristila opća populacija.<sup>151</sup> Iz IFPI-jevog pisanog podneska slijedi da u svijetu 89 posto potrošača pristupa glazbi preko *streaminga* na zahtjev; 83 posto osoba starosti od 16 do 24 godine koristi audio *streaming* platforme; a 47 posto potrošača navodi da je *streaming* najjednostavniji način pristupanja glazbi.<sup>152</sup> Istraživanja su također pokazala da korisnici *streaminga* glazbe skupno imaju različite ukuse u odnosu na ukuse šire populacije u UK-u: primjerice, rock glazba je premalo zastupljena među najpopularnijih 50 pjesama na *streaming* servisima, dok je hip-hop previše zastupljen.<sup>153</sup> Štoviše, istraživanja sugeriraju da je slušanje glazbe češće usmjereno na ispunjavanje zadataka ili raspoloženje, što su dodatni signali na kojima marketinški stručnjaci mogu temeljiti ciljanu promidžbu.<sup>154</sup> Utjecaj takvog pristupa slušanju glazbe vidljiv je i na

<sup>144</sup> „[YouTube is the no.1 music streaming platform - and getting bigger](#)”, Music Business Worldwide, 6. srpnja 2015.

<sup>145</sup> „[Report: YouTube Is The Most Popular Site For On-Demand Music Streaming](#)”, Forbes, 27. rujna 2017.

<sup>146</sup> Q44; Sonstream Ltd ([EMS0154](#)); Kirstian Taylor ([EMS0198](#)); Isaac Neilson ([EMS0201](#)).

<sup>147</sup> Pete Woodroffe ([EMS0018](#)).

<sup>148</sup> Musicians' Union ([EMS0080](#)).

<sup>149</sup> Internet Association ([EMS0164](#)).

<sup>150</sup> Internet Association ([EMS0164](#)).

<sup>151</sup> „[Millennials Aren't Very Interested In Traditional Radio Any More](#)”, Forbes (12. srpnja 2016.).

<sup>152</sup> IFPI ([EMS0209](#)).

<sup>153</sup> MIDiA Research ([EMS0073](#)).

<sup>154</sup> Dr. Gary Sinclair ([EMS0019](#)); International Federation of Musicians (FIM) ([EMS0025](#)).



aplikaciji BBC Sounds, koja nudi „glazbene mikseve“ koje je sastavio glazbeni urednik po temama usredotočenima na pojedine izvođače, događaje ili raspoloženja.<sup>155</sup>

37. Novi oblici uređivanja glazbe, kao što su popisi za reprodukciju (eng. *playlists*), još više potiču te promjene u navikama i ukusima. International Federation of Musicians (FIM) navodi:

Kada je riječ o potrošačima, uređeni popisi za reprodukciju postupno su zamijenili tematska emitiranja. Postoji jedan popis za reprodukciju za svaki trenutak u danu: buđenje, doručak, vježbanje, opuštanje, meditaciju, trčanje, tulumarenje, itd. Jedan jedini klik na dugme i glazba svira sljedećih 30 minuta ili cijelu večer ili noć. Nikakve dodatne radnje nisu potrebne: pjesme koje odgovaraju Vašem ukusu ili raspoloženju za Vas bira treća osoba i dostavlja ih na Vaš uređaj—bilo da se radi o telefonu, pametnom zvučniku ili hi-fi uređaju.<sup>156</sup>

Postoje tri vrste popisa za reprodukciju kod *streaminga*. Popisi za reprodukciju koje izrađuju korisnici su diskretni nizovi pjesama koje se reproduciraju uzastopno, izmiješano ili na preskok, koje uređuju pojedini korisnici prema svojim vlastitim željama.<sup>157</sup> Uredničke popise za reprodukciju kreiraju vlastiti timovi glazbenih *streaming* servisa ili poznati suradnici.<sup>158</sup> Konačno, algoritamske popise za reprodukciju generira automatski sustav preporučivanja *streaming* servisa, koji nastoji pogoditi želje korisnika koristeći Bayesovu paradigmu strojnog učenja na temelju velikih podataka (eng. *big data*) dobivenih iz signala kao što su korisnikovi prethodni obrasci slušanja, ručna pretraživanja i obrasci slušanja drugih korisnika. Drugim riječima, *streaming* servisi koriste strojno učenje kako bi kreirali personalizirane popise za reprodukciju neprestano učeći o korisnikovim željama iz njegove povijesti *streaminga*, koju sustav kontinuirano prikuplja i koristi. Takvo individualizirano korisničko iskustvo je ono po čemu se *streaming* servisi razlikuju od nekadašnjih prekobrojnih glazbenih emisija poput radijskih. Popisi za reprodukciju, zajedno s korisničkim iskustvom, ključni su za razlikovanje jednog *streaming* servisa od drugih takvih servisa na tržištu.

---

<sup>155</sup> BBC ([EMS0227](#)).

<sup>156</sup> International Federation of Musicians (FIM) ([EMS0025](#)).

<sup>157</sup> BPI ([EMS0208](#)).

<sup>158</sup> BPI ([EMS0208](#)).

## Potencijalne posljedice trenutnih trendova

### Prosječni prihod po korisniku

Spotifyjevi svjetski prihodi od pretplata, broj pretplatnika i prosječni prihod po korisniku (ARPU), 2016.–2020.

Spotifyjevi svjetski prihodi od pretplata, broj pretplatnika i prosječni prihod po korisniku (ARPU), 2016.–2020.



38. Iako je *streaming* potrošačima snimljene glazbe donio pogodnosti u smislu manje cijene i jednostavnosti korištenja, i oni će potencijalno snositi posljedice ako se problemi sa *streamingom* nastave. U nekoliko podnesaka koje smo primili navedeno je da je došlo do kontinuiranog pada prihoda po korisniku (ARPU) za *streaming* servise, pa tako i za glazbenu industriju, zbog gore opisanog modela dijeljenja prihoda (vidi odjeljke 24–33). Spotify je nedavno izvijestio da je između 2016. i 2020. ARPU pao za 6,38 € na 4,19 €, što iznosi 34 posto.<sup>159</sup> Do toga je došlo zbog nekoliko čimbenika, uključujući brzi rast pretplatnika, sve veći intenzitet korištenja, smanjenje stvarnih cijena, sve veći broj besplatnih probnih razdoblja, grupiranje usluga, snižene pakete usluga i pakete usluga za više korisnika, kao i niži ARPU na tržištima u usponu.<sup>160</sup> Situaciju su možda pogoršale i nedavne objave Spotifyja i Applea da će nuditi usluge audio *streaminga* bez gubitka kvalitete zvuka uz standardnu pretplatu (za razliku od servisa poput Tidal koji nude zvuk visoke kvalitete po višoj cijeni).<sup>161</sup> Međutim, ima i razloga za optimizam (sa stajališta industrije). Will Page navodi da potrošači imaju više novca za potrošnju te da ga više i troše na glazbu, te tvrdi da je od 2014. godine „bruto raspoloživa zarada povećana za 20 posto, dok je udio u novčaniku koji otpada na glazbu povećan za 25 posto”.<sup>162</sup> No to je relativno kratkoročno gledište u usporedbi s teškom krizom kroz koju je industrija prolazila kada je piratstvo bilo na svome vrhuncu. Prihodi od snimljene glazbe ostali su puno niži u stvarnim vrijednostima negoli su bili prije 20 ili 30 godina, ali rastu od 2014. godine. MIDiA Research navodi da postoje naznake da potrošači sada

<sup>159</sup> MIDiA Research (EMS0073); Helienne Lindvall (EMS0112); Aubrey Brocklebank (EMS0211).

<sup>160</sup> MIDiA Research (EMS0073); Association of Independent Music (EMS0157); PRS for Music (EMS0158); BPI (EMS0208).

<sup>161</sup> “[Spotify and Apple Music will offer lossless audio. Here’s what you need to know.](#)”, Mashable UK (28. svibnja 2021.).

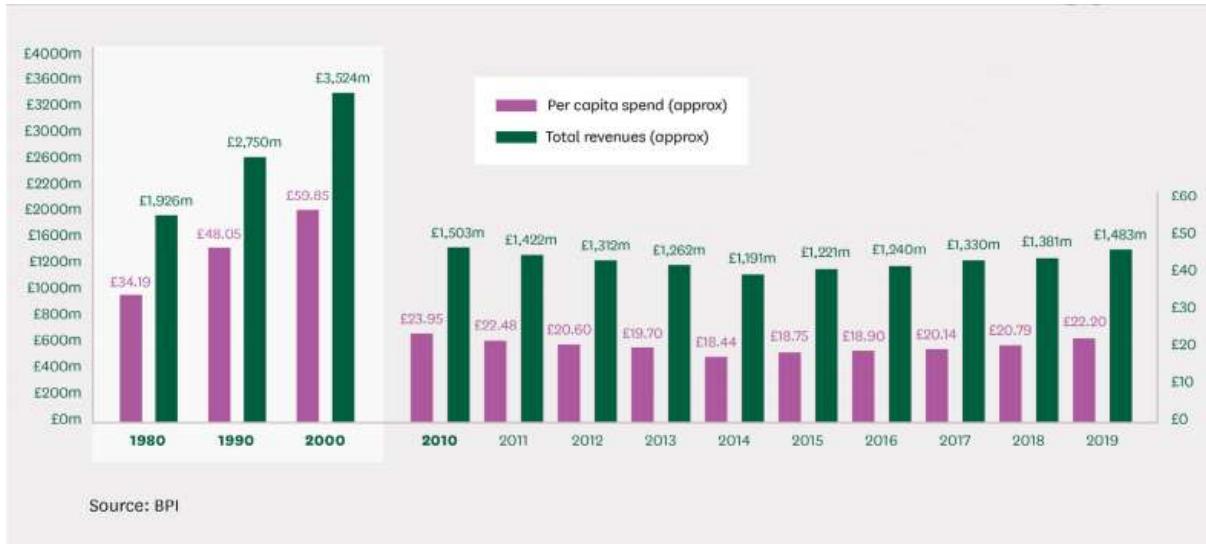
<sup>162</sup> Will Page (EMS0166).

toleriraju veće cijene,<sup>163</sup> iako kampanja #BrokenRecord navodi da to ovisi o načinu na koji se novac distribuira.<sup>164</sup>

**(Približna) potrošnja po glavi na glazbu i ukupni prihodi, u stalnim cijenama iz 2020.**

**(Približna) potrošnja po glavi na glazbu i ukupni prihodi, u stalnim cijenama iz 2020.**

Iznosi usklađeni s inflacijom koji pokazuju djelomični gospodarski oporavak u industriji snimljene glazbe



### Društveni trendovi

39. Sve to može dugoročno utjecati na stvaranje glazbe. Akademski djelatnici Peter Ormosi i Franco Mariuzzo pretpostavljaju da, iako potrošači „imaju jeftin pristup do sada neviđenom izboru glazbe, dugoročna šteta može biti puno ozbiljnija ako se zbog trenutne strukture prihoda izgube različitosti u glazbi, budući da nezavisni glazbenici ne mogu vratiti svoje ulaganje jer ne dobivaju prihode od *online streaminga*“.<sup>165</sup> Slično tome, BPI upozorava da bi uredničko i algoritamsko sastavljanje popisa za reprodukciju moglo „dovesti do davanja preuskih preporuka i zarobljavanja korisnika u 'zvučnu komoru' njihovog već postojećeg ukusa“.<sup>166</sup> Doista, pisani podnesci koje smo primili od akademske zajednice sugeriraju da je *streaming* još više pojačao „sklonost korisnika ka hitovima“.<sup>167</sup> Uspješni jazz saksofonist, skladatelj i MC Soweto Kinch rekao nam je da je zbog *streaminga* jazz glazba izgubila otprilike 3 do 6 posto finansijskih sredstava, što je posljedica dijeljenja prihoda po načelu „pobjednik uzima sve“, unatoč tome što taj žanr zahtijeva veće produkcijske troškove zbog kompliciranijih skladbi i duljeg snimanja te troškova naknade glazbenicima big bendova.<sup>168</sup>

### Potrošačka osviještenost

40. Čini se da potrošači nisu svjesni žestokih rasprava koje se trenutno vode u glazbenoj industriji. Akademski istraživanja pokazala su da većina potrošača ne razumije na koji način glazbenici primaju naknadu kada se njihova glazba sluša pomoću *streaminga* i ne uzimaju u obzir niti daju prednost etičkoj

<sup>163</sup> MIDiA Research ([EMS0073](#)).

<sup>164</sup> Qq18–9 [Tom Gray].

<sup>165</sup> Dr. Peter Ormosi i dr. Franco Mariuzzo ([EMS0076](#)).

<sup>166</sup> BPI ([EMS0208](#)).

<sup>167</sup> Dr. Nicola Searle ([EMS0041](#)).

<sup>168</sup> Q193.

naknadi glazbenicima pri donošenju svojih odluka; pretpostavlja se da je to posljedica manjka medijske pažnje u pogledu pitanja kao što su niska naknada glazbenicima u vrijeme istraživanja<sup>169</sup> (iako treba napomenuti da smo primijetili značajno zanimanje medija o ovoj temi i prije i tijekom ove istrage). Međutim, čini se da javnost, kada je osviještena o ovom problemu, podržava gledište kreativaca. Nedavna anketa YouGova, koju je naručila kampanja #BrokenRecord, utvrdila je da ogromna većina anketiranih pretplatnika glazbenih *streaming* servisa smatra da su izvođači i autori pjesama potplaćeni, da su diskografske kuće i *streaming* servisi preplaćeni i da bi studijski glazbenici trebali dobivati neki oblik naknade od *streaminga*.<sup>170</sup> Nadalje, većina (61 posto) ispitanika navela je da ne bi bili voljni platiti više za *streaming* glazbe prema sadašnjem aranžmanu raspodjele naknade, međutim, otprilike polovica tih istih ispitanika navela je da bi platili više kada bi povećanje njihove pretplate odlazilo izravno autorima i izvođačima koje slušaju.<sup>171</sup> U svome pisanome podnesku Patreon, digitalna platforma na kojoj korisnici mogu plaćati mjesečnu ili godišnju pretplatu kreativcima koje prate, podržava to mišljenje, tvrdeći da su se broj glazbenika na njihovoj platformi i ukupni prihodi koji su ostvareni za glazbenike kroz njihov servis udvostručili između listopada 2019. i 2020. godine.<sup>172</sup> Treba, međutim, napomenuti da zaključci izvedeni iz anketiranja ili Patreonovog vlastitog poslovanja ne uzimaju u obzir čimbenike vezane uz potrošačko toleriranje cijena, kao što je cijena konkurentskih servisa, prihodi potrošača, i tako dalje, ni kvalitativnu analizu o tome jesu li Patreonovi korisnici atipični „super-obožavatelji“ koji su voljni potrošiti više na određene izvođače nego usputni obožavatelji glazbe.

**41. *Streaming* je nedvojbeno pomogao spasiti glazbenu industriju nakon dva desetljeća digitalnog piratstva, ali je jasno da ono što je spašeno ne djeluje za sve. Problemi koje je navodno stvorio *streaming* samo odražavaju fundamentalnije, strukturalne probleme u industriji snimljene glazbe. *Streaming* je potrebno potpuno resetirati.**

<sup>169</sup> Dr. Gary Sinclair ([EMS0019](#)).

<sup>170</sup> Kampanja #BrokenRecord ([EMS0218](#)).

<sup>171</sup> The Ivors Academy of Music Creators ([EMS0197](#)).

<sup>172</sup> Patreon, Inc. ([EMS0110](#)).

## 4. Naknada kreativcima

---

42. Naknada kreativcima temeljno je pitanje kojim se bavi naša istraga i u ovom poglavlju razmatrat ćemo na koji se način prihodi slijevaju od *streaming* platformi prema glazbenoj industriji. Will Page, gostujući stručnjak na Londonskoj školi ekonomije i bivši glavni ekonomist u Spotifyju, navodi da je *streaming* doista vratio industriju snimljene glazbe na put profitabilnosti, ali i da glazbeni kreativci—to jest, izvođači, autori pjesama i skladatelji—nisu razmjerno podijelili tu korist.<sup>173</sup> G. Page primjećuje sljedeće:

Za diskografske kuće glazbena industrija cvjeta. Između 2015. i 2019. godine zahvaljujući *streamingu* promet velikih diskografa u UK-u narastao je za 21 posto, a marža operativne dobiti povećana je s 8,7 posto na 11,8 posto. Poslovanje vezano uz snimljenu glazbu ne samo da je povećano, nego je postalo i mnogo profitabilnije za diskografske kuće. Glazbenici, međutim, nisu od toga imali razmjernu korist.<sup>174</sup>

Iako je stvaranje komercijalne glazbe izrazito kompetitivno, bilo bi razumno očekivati da barem profesionalni glazbenici, koji inače mogu normalno živjeti od prihoda koje ostvaruju od glazbe uživo, sudjeluju u takvom oporavku industrije na sličan način. Umjesto toga, prihodi od snimljene glazbe su mizerni. Jedna ilustrativna anketa među članovima provedena od strane Ivors Academy i Musicians' Union, pokazala je, primjerice, da je 2019. godine 82 posto profesionalnih glazbenika zaradilo manje od 200 £ od *streaminga*, dok je samo sedam posto zaradilo više od 1.000 £.<sup>175</sup> Nadalje, 91 posto ispitanika navelo je da su zaradili manje od 200 £ od svoje najizvođenije snimke na svim platformama zajedno u 2019. godini.<sup>176</sup> U kontekstu pandemije covid-19 tijekom koje su svi drugi izvori prihoda nužno presušili, ova situacija postala je nepodnošljiva.

---

<sup>173</sup> Will Page ([EMS0166](#)).

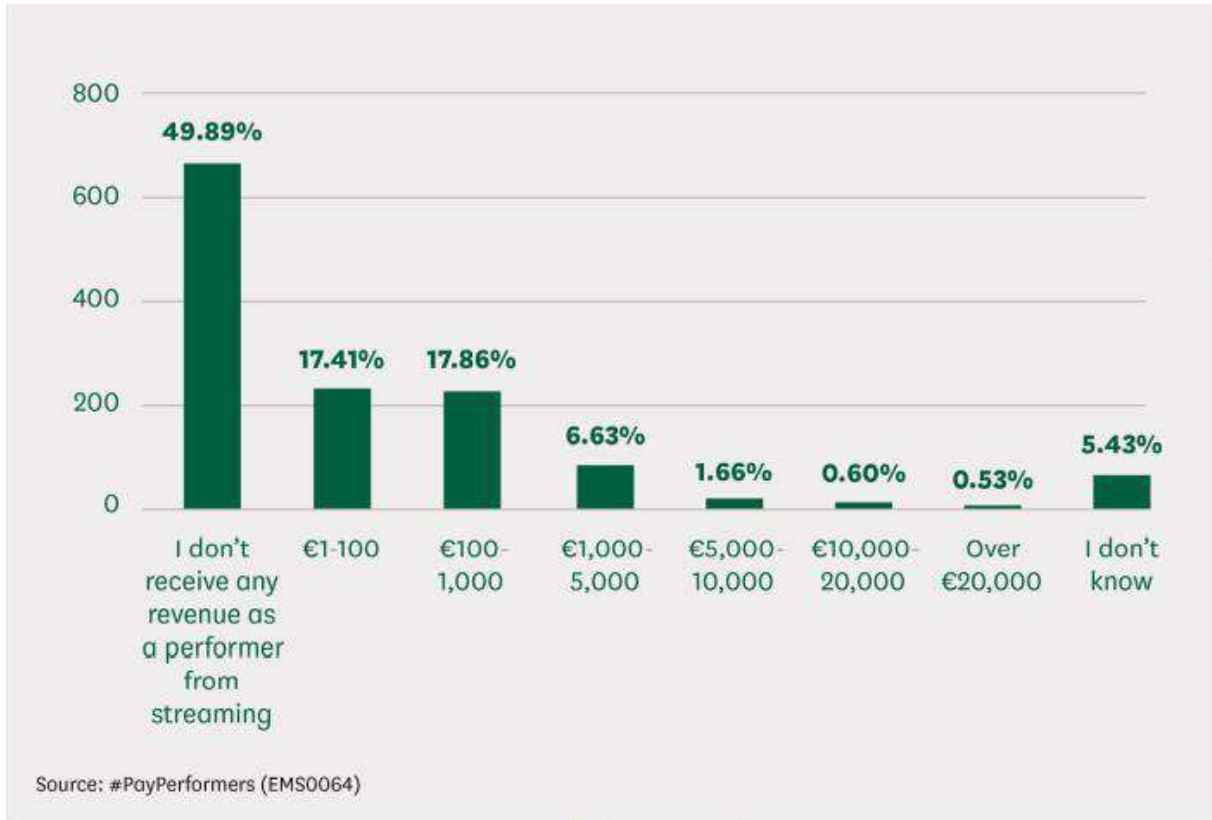
<sup>174</sup> Will Page ([EMS0166](#)).

<sup>175</sup> The Ivors Academy of Music Creators ([EMS0197](#)); see also Q165–6, 171 [Fiona Bevan], 194 [Soweto Kinch].

<sup>176</sup> The Ivors Academy of Music Creators ([EMS0197](#)).

Rezultati ankete kampanje #PayPerformers vezane uz naknadu od *streaminga* za izvođače iz UK-a, 2020.

Rezultati ankete kampanje #PayPerformers vezane uz naknadu od *streaminga* za izvođače iz UK-a, 2020.



43. U ovom Poglavlju najprije ćemo razmatrati utjecaj uvjeta pod kojima nositelji prava primaju naknadu, koji su opisani u Poglavlju 2: to jest, kako se prihodi od *streaminga* raspodjeljuju između prava na pjesmi i prava na snimci, te slično tome, kako se ti prihodi dijele između kreativnih i korporativnih partnera. Problemi sa zaradom u pogledu prava na pjesmi nastaju zbog načina na koji se industrijski prihodi inicijalno dijele; to uzrokuje posljedice za autore pjesama i skladatelje, kao i glazbene nakladnike. U pogledu prava na snimci naknada kreativcima ovisi o uvjetima pod kojima se plaćaju izvođači; u ovom Poglavlju razmotrit ćemo njihov utjecaj na kreativce i o njima ovisne kreativne ekosustave, kao i pojedina rješenja. Naposljetku ćemo u ovom Poglavlju ispitati tehničke prepreke za isplatu naknade kreativcima: posebice ćemo razmotriti probleme vezane uz meta-podatke i lance tantijema, koji otežavaju isplatu naknade nositeljima prava.

## Naknada nositeljima prava na snimci

### *Utjecaj na izvođače*

#### *Glazbenici koji su sklopili diskografske ugovore*

44. S obzirom na to da se *streaming* iskorištava u okviru „prava stavljanja na raspolaganje javnosti“ sukladno autorskom pravu UK-a, izvođači koji su potpisali diskografski ugovor plaćeni su sukladno odredbama ugovora koji su sklopili sa svojom diskografskom kućom, iz prihoda od *streaminga*. To se razlikuje od drugih oblika konzumiranja glazbe, kao što su iznajmljivanje, licenciranje ili radiodifuzijsko

emitiranje. Tipični diskografski ugovor sadržavat će nekoliko odredaba, kao što su najmanji broj snimaka u određenom razdoblju (obično jedan album), broj opcija za produljenje ugovora (obično tri ili četiri) i duljina razdoblja na koje izvođač ustupa prava na glazbi koju stvori, koja je obično jednaka „trajanju autorskog prava“ (u UK-u to je 70 godina).<sup>177</sup> Važno je napomenuti da će ugovorom također biti utvrđen postotak tantijema za izvođača. Izvođači koji su ugovore sklopili s nezavisnim diskografskim kućama ponekad potpisuju ugovore s odredbom o „predujmu i udjelu u dobiti“, kod kojih izvođač i diskografska kuća dijele dobit od snimke u ugovorenom omjeru (obično 50:50).<sup>178</sup> Međutim, za izvođača u usponu koji je ugovorio „predujam i tantijeme“ (što se obično naziva „standardni diskografski ugovor“), što je prevladavajući tip ugovora za izvođača koji je ugovor sklapa s velikom diskografskom kućom (koje dominiraju tržištem prava na snimke, o čemu ćemo raspravljati u Poglavlju 4), taj postotak će vjerojatno biti između 20 i 24 posto prihoda od snimke (umanjeno za naknadu producentu), a ostatak će pripasti diskografu.<sup>179</sup> Poznatijim izvođačima kojima je ugovor istekao ili o njemu ponovno pregovaraju, postotak može narasti na 25 do 30 posto, ovisno o uspješnosti njihove karijere.<sup>180</sup> Povijesno gledano postoci tantijema za izvođače s postojećim ugovorima koji su sklopljeni prije digitalne ere bili su još i gori: u ranim 60.-tim godinama, poznati bendovi primali su tantijeme od samo dva do četiri posto, a glazbenik, autor pjesama i član Rock and Roll Hall of Fame Ed O’Brien naveo nam je da je Radiohead, temeljem ugovora potpisanog 1991. godine, dobivao 12-postotne tantijeme.<sup>181</sup>

45. Povrh toga, ugovor će također odrediti i koje troškove produkcije će pokriti diskografska kuća (kao što je proizvodnja, pakiranje, distribucija, marketing i održavanje koncerata), a koji će se troškovi odbijati od budućih prihoda.<sup>182</sup> Kada ugovor sadrži odredbu o „predujmu i udjelu u dobiti“, nadoknadivi troškovi se odbijaju iz ukupnog prihoda (što zapravo znači da se odbijaju i od izvođačevog i od diskografovog udjela u prihodima sve dok snimka ne postane profitabilna).<sup>183</sup> Međutim, kada ugovor sadrži odredbu o „predujmu i tantijemama“, izvođačev predujam i svi ugovoreni nadoknadivi troškovi odbijaju se samo iz izvođačevih tantijema. Colin Young opisao je izazove s kojima se suočavaju izvođači u pogledu nadoknade troškova iz njihovih ugovora:

Izazov je nadoknaditi troškove u istom ciklusu, jer imate dvogodišnje razdoblje u kojemu, načelno, morate nadoknaditi troškove, prije davanja sljedećeg predujma i troškova sljedećeg snimanja. Troškovi su odmah na kontu; zarada se odgađa. Domaća zarada tamo će se pojaviti u razdoblju između siječnja i lipnja, srpnja i prosinca, ali inozemna zarada bit će odgođena za šest mjeseci. To je izazov: 20 posto zarade, 100 posto troškova, a imate samo mali prozor u kojem ih možete nadoknaditi. To je teško.<sup>184</sup>

Ove vrste ugovora također dovode do očite i vrlo upitne dileme kod koje, zbog toga što se troškovi nadoknađuju iz manjeg dijela zarade, ukupni prihod od snimke može u stvarnosti prekoračiti ukupne troškove produkcije i izvođačev predujam puno prije nego što je diskografska kuća teoretski nadoknadila troškove sukladno odredbama ugovora i negoli počne plaćati tantijeme izvođaču. Primjerice, uzimajući jednostavni model za ilustraciju i pod pretpostavkom da su nadoknadivi troškovi

<sup>177</sup> BPI ([EMS0208](#)).

<sup>178</sup> Verity Susman ([EMS0136](#)); Association of Independent Music ([EMS0157](#)); BPI ([EMS0208](#)); Q3.

<sup>179</sup> Qq4 [Colin Young], 53 [Tom Frederikse, Colin Young].

<sup>180</sup> Q53 [Tom Frederikse, Colin Young].

<sup>181</sup> Qq53 [Tom Frederikse], 83–4.

<sup>182</sup> 182 BPI ([EMS0208](#)).

<sup>183</sup> Q3.

<sup>184</sup> Q4.

10.000 £, a postotak tantijema je 25 posto, ukupni prihodi bi morali prijeći 40.000 £ (od kojih će diskografskoj kući otići 30.000 £ dobiti, umanjeno za nenadoknadle troškove) prije negoli izvođač primi bilo kakvu uplatu tantijema. **Kao što je Nile Rodgers naveo:**

**Interna šala u glazbenom biznisu od kadgod sam ja u njemu, cijeli svoj život—ja imam 68 godina—je da je glazbeni biznis jedini biznis kod kojeg isplatiš kredit za kuću, a oni su i dalje vlasnici kuće. To nema nikakvog smisla. Ne postoji nijedan drugi biznis na svijetu koji to čini. Mi im platimo natrag sve tantijeme, a oni su i dalje vlasnici naše imovine. To je apsurdno.<sup>185</sup>**

46. Međutim, manji broj nezavisnih diskografa oprašta dugove nakon određenog vremena. 19 posto diskografskih kuća koje su članice AIM-a vode politiku otpisa duga, u prosjeku nakon deset godina;<sup>186</sup> Beggars Banquet, jedna od najvećih nezavisnih diskografskih kuća u UK-u, otpisuje dugove nakon 15 godina.<sup>187</sup> Međutim, mnogi diskografi to ne čine, što znači da se zarada od mnogih ugovora potpisanih prije više desetljeća još uvijek odbija od prvotnih troškova produkcije i distribucije. Horace Trubridge, glavni tajnik udruge Musicians' Union, u svom usmenom iskazu naveo je da se „u svakoj drugoj poslovnoj grani loši dugovi otpisuju nakon šest godina, ali to ne čine diskografske kuće; ako im dugujete neki iznos iz 1970.-tih godina, još uvijek ćete im dugovati taj iznos i neće Vam plaćati ni dio tantijema”.<sup>188</sup> Međutim, pozitivan iskorak napravio je Sony (čiji su predstavnici odgovarali na pitanja o toj temi u usmenom iskazu Povjerenstvu) nedavno objavivši da će „platiti iz postojećih nenadoknađenih iznosa kako bi povećao mogućnost onih koji ispunjavaju uvjete da prime više novca za korištenje njihove glazbe“ za ugovore koji su sklopljeni prije 2000. godine (iako u vrijeme pisanja Universal i Warner nisu istupili na sličan način).<sup>189</sup> ***Pozivamo Universal i Warner da opet razmotre pitanje nenadoknađenih iznosa s ciljem da omoguće većem broju svojih dugogodišnjih izvođača da prime naknadu od streaminga njihove glazbe.***

47. Povrh toga, postoje dokazi da se to primjenjivalo nekonzistentno. U pisanom podnesku Hipgnosisa navodi se da kantautore Seala i Enrique Iglesiasa njihove diskografske kuće plaćaju po licenčnoj stopi od 50 posto za prihode od *streaminga*; u slučaju Iglesiasa, njegov udio je poslije, nakon dvije godine, smanjen na njegov postotak tantijema, što je rezultiralo tužbom i izvansudskom nagodbom uz potpisivanje ugovora o povjerljivosti.<sup>190</sup>

48. Problem nepravednih ugovora pogoršava činjenica da je zarada od *streaminga* razmjerno loša, iako je sam *streaming* zamijenio druge oblike konzumiranja glazbe te je postao dominantan.<sup>191</sup> Prema Nacionalnom uredu za statistiku, 2018. godine profesionalni glazbenici zaradili su u prosjeku 23.059 £, što je puno manje od nacionalnog prosjeka koji je iznosio 29.832 £, unatoč činjenici da su UK-u donijeli 1,1 milijardu £ prihoda od izvoza iste te godine.<sup>192</sup> Unatoč tome, 92% izvođača tvrdi da manje od pet posto svojih prihoda ostvaruju od *streaminga*.<sup>193</sup> **Nadine Shah, priznata glazbenica i autorica**

<sup>185</sup> Q179.

<sup>186</sup> Association of Independent Music ([EMS0157](#)).

<sup>187</sup> Verity Susman ([EMS0136](#)); Musicians' Union ([EMS0258](#)); Q347 [Rupert Skellett].

<sup>188</sup> Q513.

<sup>189</sup> “[Sony Music writes off artists' decades-old debts](#)”, BBC News (11. lipnja 2021).

<sup>190</sup> Hipgnosis Songs Fund Limited ([EMS0237](#)).

<sup>191</sup> International Federation of Musicians (FIM) ([EMS0025](#)); Ben Sizer ([EMS0050](#)); Chris Whitten ([EMS0096](#)); Artistas Intérpretes o Ejecutantes, Entidad de Gestión de Derechos de Propiedad Intelectual (AIE) ([EMS0133](#)); BPI ([EMS0208](#)).

<sup>192</sup> The Ivors Academy of Music Creators ([EMS0197](#)).

<sup>193</sup> The Ivors Academy of Music Creators ([EMS0197](#)).



nominirana za nagradu Mercury, pričala nam je o dvostrukom udaru koji su glazbenici doživjeli zbog malih naknada od *streaminga* i katastrofe za glazbu uživo koju je uzrokovala pandemija:

Kao dobro profilirana umjetnica sa značajnim brojem obožavatelja i priznata od strane kritike, ne zarađujem dovoljno od *streaminga*. Sada sam u takvom poziciji da se borim kako platiti stanarinu i sram me pričati o tim problemima javno. Sram me pričati o njima zbog mnogo razloga, jer je novac u određenoj mjeri pokazatelj uspjeha. Ovdje to zapravo nije slučaj, jer ja sam uspješna glazbenica, ali nisam pravedno plaćena za svoj posao. Kao što sam prvotno navela na ovom sastanku, često se glazbenike obeshrabruje u postavljanju ovakvih pitanja.<sup>194</sup>

49. Kao takvi, glazbenici su postali previše ovisni o zaradi s turneja i svirki uživo: procjenjuje se da se 70 posto prihoda ostvaruje od glazbe uživo.<sup>195</sup> Kao što nam je Ed O'Brien rekao u svome usmenom iskazu, „zarada od svirki uživo je toliko dugo glumila flaster”.<sup>196</sup> To je mnoge izvođače navelo da počnu tretirati *streaming* servise kao promidžbene alate umjesto održivog oblika zarade. Nekoliko je glazbenika napomenulo da je prisutnost na *streaming* servisima nužna da vas se otkrije i „čuje“, što znači da povlačenje djela s tih servisa nije praktično i moglo bi spriječiti budući uspjeh.<sup>197</sup> Jedan je izvođač, međutim, napomenuo da dvorane i promotori očekuju prisutnost na Spotifyju i koriste Spotify za procjenu hoće li angažirati izvođača.<sup>198</sup> Posljedično tome, izvori prihoda glazbenika postali su puno manje diversificirani negoli su bili desetljećima prije digitalnog piratstva.<sup>199</sup> Nadalje, nekoliko izvođača navelo je da su snimanje glazbe i sviranje uživo postali neraskidivo povezani, budući da bi snimanje glazbe bilo neisplativo bez koncerata, ali odlazak na turneju je obično potreban za promidžbu novih glazbenih izdanja.<sup>200</sup>

50. Unatoč tome, pred izvođačima su novi izazovi vezani uz zaradu od sviranja uživo zbog trenutačnih problema s putovanjem po EU-u za kreativce. Povijesno gledajući, turneje po Europi bile su važan izvor prihoda za britanske glazbenike, kao što je Colin Young naveo 24. studenog 2020. godine:

70 posto zarade jednog glazbenika dolazi od izvedbi uživo, a šlag na torti je sviranje u ljetnoj sezoni festivala. To je čista dobit i Europa je to potpuno promijenila. Svaka prepreka je loša za sviranje uživo u Europi, a neovisno o tome hoće li to biti vize ili nešto drugo, bit će loše.<sup>201</sup>

Problemi vezani uz kratkotrajna putovanja kreativaca ili povezanog tehničkog ili pomoćnog osoblja nisu riješeni pregovorima između UK-a i EU-a, koji su doveli do Sporazuma o trgovini i suradnji koji je stupio na snagu 1. siječnja 2021. godine. Zbog toga su nastale barijere koje utječu i na kretanje glazbenika i njihovih pomoćnih ekosustava (u obliku viza i radnih dozvola) i na kretanje pratećih stvari kao što su oprema i trgovačka roba. Kao što je Tom Gray napomenuo, to bi moglo predstavljati značajni dodatni financijski i birokratski teret za izvođače:

<sup>194</sup> Q75.

<sup>195</sup> Will Page ([EMS0166](#)).

<sup>196</sup> Q78.

<sup>197</sup> Niall Parker ([EMS0267](#)).

<sup>198</sup> Thomas Verity ([EMS0152](#)).

<sup>199</sup> Chris Whitten ([EMS0096](#)).

<sup>200</sup> Marcus Cain ([EMS0049](#)); Anna Neale ([EMS0058](#)); Martin Green ([EMS0127](#)); Matthew Tong ([EMS0155](#)).

<sup>201</sup> Q60.

20 godina nastupao sam diljem Europe i sada za ulazak u Švicarsku morate ispuniti obrazac koji se zove Carnet. Košta nekoliko stotina funti i morate popisati svaki komad opreme i trgovačke robe koju nosite sa sobom, stavku po stavku.<sup>202</sup>

Financijski teret koji predstavljaju ti troškovi stoga utječe na najvažniji izvor prihoda za izvođače i pogoršava postojeće probleme vezane uz naknade od *streaminga*.

51. Također postoji zabrinutost da ekonomika *streaminga* samo još više ukorjenjuje dugoročno uspješne glazbenike u njihovim pozicijama, a stvara barijere za nove izvođače. Od četiri izvođača iz UK-a koji su sudjelovali na svjetskim glazbenim turnejama s Billboardove ljestvice 10 najboljih turneja u 2019. godini, samo je Ed Sheeran izdao debitantski single u posljednjih 50 godina (ostala tri izvođača su Elton John, Rolling Stones i Sir Paul McCartney).<sup>203</sup> U međuvremenu je u industriji postalo uobičajeno da troškovi glazbene produkcije, kao što su troškovi za prostor i opremu, padaju na kreativce. Iako eksternaliziranje troškova produkcije dobro djeluje na korporativne marže, ono podiže barijere za ulazak na tržište glazbenicima koji ne mogu doći do sredstava kojima bi pokrili te troškove. U jednom podnesku koji smo primili citirana je jazz glazbenica i skladateljica Maria Schneider, koja je ranije primijetila da „mnoge diskografske kuće, ako ne i velika većina njih, više ne predujmljuju novac za mnogo glazbe koju izdaju, a kreativci bacaju desetke tisuća dolara na snimanje svojih vlastitih ploča”.<sup>204</sup> To potvrđuju i drugi pisani podnesci koje smo primili tijekom ove istrage,<sup>205</sup> a 43 posto profesionalnih glazbenika navelo je YouGovu da su zbog nedovoljnih prihoda od *streaminga* počeli tražiti poslove izvan glazbe.<sup>206</sup> Nekoliko je glazbenika u svojim pisanim podnescima navelo da su oni ili njihovi kolege bili prisiljeni financirati stvaranje glazbe prihodima od svojih drugih poslova, što nadalje smanjuje sredstva i vrijeme raspoloživo za stvaranje glazbe.<sup>207</sup> Drugi izvođači naveli su da im je bilo isplativije pronaći nišu u stvaranju glazbe za televiziju, film i oglašavanje,<sup>208</sup> ili stvaranju tzv. „muzaka“ ili pozadinske glazbe optimizirane za popise za reprodukciju temeljene na raspoloženju.<sup>209</sup>

### *Prateći izvođači*

52. Glazbenici koji glazbu objavljuju na *streaming* servisima, uključujući one koji su sklopili diskografske ugovore, to čine kao tzv. „glavni izvođači“. Glavni izvođači su izvođači čija su imena navedena na naslovnici glazbenog izdanja.<sup>210</sup> Za razliku od glavnih izvođača, prateći izvođači su izvođači čija imena nisu uočljivo istaknuta na glazbenom izdanju.<sup>211</sup> Prateći izvođači su obično studijski glazbenici (profesionalni glazbenici kao što su prateći vokali, članovi orkestra ili specijalizirani glazbenici koji su unajmljeni radi izvođenja na snimci ili na turneji na temelju ugovora (eng. *work-for-hire*)<sup>212</sup> i koji su prenijeli svoja prava izvođača na producenta snimke u zamjenu za jednokratnu naknadu.<sup>213</sup> Minimalni iznos takve naknade dogovara se kroz periodičke kolektivne ugovore između BPI-a, koji zastupa diskografske kuće, i udruge Musicians' Union, koja zastupa glazbenike.<sup>214</sup> Trenutni aranžman dogovoren je 2019. godine i iznosi 130 £ za standardno snimanje od tri sata ili 43,33 £ po satu, što se

<sup>202</sup> Q62.

<sup>203</sup> The Ivors Academy of Music Creators ([EMS0197](#)).

<sup>204</sup> All Party Parliamentary Jazz Appreciation Group ([EMS0161](#)).

<sup>205</sup> Leane ([EMS0054](#)).

<sup>206</sup> The Ivors Academy of Music Creators ([EMS0197](#)).

<sup>207</sup> Marcus Cain ([EMS0049](#)).

<sup>208</sup> Henry Bird ([EMS0132](#)); Verity Susman ([EMS0136](#)).

<sup>209</sup> Q36.

<sup>210</sup> Anthony Hamer-Hodges ([EMS0206](#)).

<sup>211</sup> Chris Cooke, *Dissecting the Digital Dollar*, 3rd edition (Wrocław, 2020).

<sup>212</sup> Association of Independent Music ([EMS0157](#)); BPI ([EMS0208](#)).

<sup>213</sup> Intellectual Property Office, [Performers' rights](#), 16. listopada 2019.

<sup>214</sup> Association of Independent Music ([EMS0157](#)).

povećava na 48,60 £ po satu (uz najmanje trajanje snimanja od dva sata).<sup>215</sup> Druga pitanja u ugovoru uključuju: petominutnu stanku svakog sata kod standardnog snimanja; ograničenja kod kojih diskografska kuća može koristiti samo 20 minuta snimljene izvedbe po snimanju; i dodatne naknade za prekovremeni rad, nasnimavanje i rad tijekom državnih praznika.<sup>216</sup>

53. Zbog toga što prateći izvođači prenose svoja prava u zamjenu za jednokratnu naknadu umjesto za tantijeme, u praksi su „iskupljeni“ za svoja prava na buduće prihode, uključujući od *streaminga*.<sup>217</sup> To znači da ti izvođači nisu posebno plaćeni kada se snimka na kojoj se nalaze izvedbe jednog ili više pratećih izvođača preslušava *streamingom*, preuzima ili kupuje u fizičkom obliku. Umjesto toga, studijski glazbenici imaju pravo samo na jednaki udio u 20 posto bruto prihoda od fizičke i online prodaje, što se naziva fondom za prateće izvođače ili studijskim fondom, nakon 50 godina od objave snimke.<sup>218</sup> Iznimka od toga postoji u situacijama kada pravo UK-a daje izvođačima pravo na pravičnu naknadu, kao što je slučaj kada se snimljena glazba priopćava javnosti ili se emitira putem radija.<sup>219</sup> Zbog toga što se ovo pravo ne može zakonito prenijeti niti se od njega može odreći, u tim slučajevima prateći izvođači primaju naknadu zajedno s glavnim izvođačima (iako u manjem postotku od njih) iz ukupnog udjela koji pripada izvođačima. Kada je snimka uključena u glazbeni video ili se koristi kao pozadinska snimka za izvođače koji pjevaju uz *playback* ili pjevaju uživo tijekom radiodifuzijskog emitiranja, studijski glazbenici imaju pravo i na daljnje godišnje naknade od 2012. godine nadalje. Međutim, ukupni iznos tih naknada iznosio je samo otprilike 2.708.000 £ za sve studijske glazbenike u razdoblju između 2012. i 2020. godine.<sup>220</sup>

54. Studijski glazbenici igraju nekoliko važnih uloga u stvaranju i izvedbi snimljene glazbe i glazbe uživo, i kroz svoju vlastitu kreativnost, vještinu i stručnost, ali i kao izvor novih talenata u usponu.<sup>221</sup> Međutim, oni su posebno pogođeni pandemijom covid-19, s obzirom na to da ovise o naknadama za snimanje da bi mogli normalno živjeti. Nekoliko studijskih glazbenika (ili onih koji su počeli svoje karijere kao studijski glazbenici) u svojim je pisanim podnescima navelo da je sporazum između BPI-a i Musicians' Union nepravedan zbog toga što „[uskraćuje] studijskim glazbenicima pravičnu i zakonitu naknadu za iskorištavanje njihovih izvedbi“ i da je sam taj sporazum sročan tako da će se jednostrano primijeniti na sve „u budućnosti stvorene“ formate.<sup>222</sup> Sama udruga Musicians' Union kritizirala je *status quo*, tvrdeći da *streaming*, istiskujući radio, oduzima prilike studijskim glazbenicima za sudjelovanje u primanju pravične naknade za njihove snimke.<sup>223</sup> Mnogi istaknuti glavni izvođači, kao što su Nile Rodgers, Tom Gray i Matthew Tong iz skupine Bloc Party, također su istaknuli da je nedostatak naknada za studijske glazbenike veliki problem.<sup>224</sup> Ed O'Brien, koji je solo izvođač, napomenuo je da se članovi njegovog pratećeg benda oslanjaju na zaradu od koncerata, ali da tijekom pandemije nisu mogli dobiti pomoć Vlade jer su od nje bili isključeni kao slobodnjaci (eng. *freelancers*). G. O'Brien naveo nam je da je njegov basist, primjerice, rekao: „Morat ću pauzirati jednu godinu i to je prilika da završim magistarski studij ili nešto tako“.<sup>225</sup> Iako je ministrica za digitalno gospodarstvo i kulturu Caroline

<sup>215</sup> BPI ([EMS0208](#)).

<sup>216</sup> BPI ([EMS0208](#)).

<sup>217</sup> Association of Independent Music ([EMS0157](#)); Robin Firman ([EMS0017](#)); Anthony Hamer-Hodges ([EMS0206](#))

<sup>218</sup> Intellectual Property Office, [Performers' rights](#), 16. listopada 2019.; Musicians' Union, [Session Fund](#), posljednji posjet 12. svibnja 2021.

<sup>219</sup> Robin Firman ([EMS0017](#)); International Federation of Musicians (FIM) ([EMS0025](#)).

<sup>220</sup> BPI ([EMS0208](#)); Musicians' Union, [Subsequent Payments for Music Videos](#), posljednji posjet 12. svibnja 2021.

<sup>221</sup> Robin Firman ([EMS0017](#)); Peter Oxer ([EMS0031](#)); Just East of Jazz ([EMS0079](#)).

<sup>222</sup> Robin Firman ([EMS0017](#)); Peter Oxer ([EMS0031](#)); Anna Neale ([EMS0058](#)); Just East of Jazz ([EMS0079](#)); dr. Gareth Bonello ([EMS0069](#)); Chris Tombling ([EMS0093](#)); Joe Newman ([EMS0083](#)); Thomas Verity ([EMS0152](#)).

<sup>223</sup> Q505 [Horace Trubridge]; Musicians' Union ([EMS0080](#)).

<sup>224</sup> Qq10, 187.

<sup>225</sup> Qq77–8 [Ed O'Brien].

Dinenage (parlamentarna zastupnica), odbila reći misli li da je neplaćanje naknada studijskim glazbenicima pravedno pozivajući se na „dijametralno suprotna stajališta“ između dionika, istaknula je važnost doprinosa svih glazbenika, uključujući doprinos studijskih glazbenika—produkciji snimljene glazbe te je izrazila suosjećanje s njima u pogledu njihovog položaja, napominjući da se „čini da postoji nejednakost [...] između onoga što se događa na radiju i na *streamingu*, a doprinos talentiranih umjetnika glazbenom djelu nije drukčiji”.<sup>226</sup>

55. Međutim, i BPI i AIM u svojim su podnescima naveli da studijski glazbenici primaju pravedne naknade zbog toga što su plaćeni unaprijed neovisno u uspjehu snimke, te stoga nisu izloženi opasnosti da izdanje neće biti komercijalno uspješno.<sup>227</sup> Povrh toga, BPI je naglasio da „kada su snimke uspješne, oni dobivaju i određene dodatne naknade“ za određene formate.<sup>228</sup> Nasuprot tome, AIM je upozorio da bi bilo kakav pokušaj ispravljanja nejednakosti u vezi sa studijskim glazbenicima mogao za posljedicu imati smanjenje naknada za snimanje kako bi se kompenziralo smanjenje marže za „investitore“ (tj. diskografske kuće), odnosno korištenje manjeg broja studijskih glazbenika, i da bi bilo kakav alternativni model koji bi se temeljio na uspjehu išao u „korist nekolicini studijskih glazbenika koji sviraju na malom postotku izuzetno uspješnih snimaka”.<sup>229</sup> Slično svojem gledištu o glavnim izvođačima, BPI je naveo da je „najvažniji čimbenik u osiguravanju buduće zarade [...] povećati cjelokupnu veličinu sektora snimljene glazbe, kako bi diskografske kuće mogle investirati više u snimke, a tako i u više studijskih snimanja”.<sup>230</sup> Međutim, AIM u svom podnesku priznaje da se „minimalne naknade za snimanja dogovorene između BPI-a i udruge Musicians’ Union nisu dramatično povećale“, unatoč tome što studijski glazbenici ne sudjeluju u rastućim prihodima od *streaminga*. Osim toga, nijedan od tih podnesaka nije analizirao zašto bi se studijske naknade mogle automatski smanjiti s obzirom na to da su one predmet kolektivnog pregovaranja između udruge Musicians’ Union i BPI-a, ni zašto bi nužno došlo do smanjenja broja studijskih glazbenika, ako bi umjesto toga veća naknada izvođačima dovela do većih financijskih poticaja za stvaranje sve više raznolike glazbe.

### *Poslovni partneri umjetnika*

56. Iako kreativci igraju najbitniju i najznačajniju ulogu u glazbenoj industriji—jer proizvode „sirovine“ na kojima se industrija temelji—oni su i temelj poslovnog pothvata čiji su ciljevi maksimiziranje prihoda koji se ostvaruje njihovim kreativnim radom i omogućavanje daljnje proizvodnje. Iako kreativci mogu samostalno voditi te „umjetničke biznise“, često im pomaže ekosustav radnika te poslovnih i korporativnih partnerstava koja se usredotočuju na i čiji je cilj razviti određeni aspekt umjetnikove karijere.<sup>231</sup> Menadžeri, primjerice, mogu voditi svakodnevno poslovanje trgovačkog društva; pravnici i računovođe pružaju važnu pravnu i financijsku pomoć, a agenti i promotori dogovaraju nastupe uživo i turneje koji predstavljaju primarni izvor prihoda za većinu izvođača.

57. Sve manji povrat ulaganja za kreativce, kako u kontekstu *streaminga* tako i vezano uz sviranje uživo i druge načine konzumiranja snimljene glazbe, posredno djeluje i na taj ekosustav. AIM je u svom podnesku potvrdio da menadžeri, koji su tradicionalno radili po modelu provizije od 20 posto na neto prihode umjetnika, „moraju ulagati više i dulje kada rade s umjetnikom u razvoju“, pri čemu nemaju dugoročnu sigurnost da će dobiti povrat tog ulaganja, za razliku od diskografskih kuća.<sup>232</sup> Slično tome,

<sup>226</sup> Q733 [Caroline Dinenage].

<sup>227</sup> Association of Independent Music ([EMS0157](#)); BPI ([EMS0208](#)).

<sup>228</sup> BPI ([EMS0208](#)).

<sup>229</sup> Association of Independent Music ([EMS0157](#)).

<sup>230</sup> BPI ([EMS0208](#)).

<sup>231</sup> CMU ([EMS0183](#)).

<sup>232</sup> Association of Independent Music ([EMS0157](#)).

agenti rade za proviziju vezanu uz zaradu koja je u međuvremenu nestala.<sup>233</sup> Koncertno osoblje, sastavljeno od profesionalnih tehničara i inženjera potrebnih da bi se glazbeni događaji uživo mogli održavati, izloženo je teškim uvjetima rada na nesigurnim radnim mjestima, unatoč njihovoj stručnosti.<sup>234</sup> Pandemija je mnoge prisilila da potraže alternativna radna mjesta kako bi nadoknadili izgubljene prihode od svirki uživo i nedostatak Vladine pomoći.<sup>235</sup> Ed O'Brien je posebice naveo da „moje osoblje ne čine 'koncertni pomoćnici' [eng. *roadies*]; nego pravi tehničari i inženjeri, a znam da se sada većina njih zaposlila kao dostavljači—vozači za Amazon”.<sup>236</sup>

**58. Mizerna zarada od *streaminga* glazbe utječe na cijeli kreativni ekosustav. Uspješni i od kritike priznati profesionalni izvođači ostvaruju oskudnu zaradu od dominantnog načina konzumiranja glazbe. Prateći glazbenici u cijelosti su iz toga isključeni, što onemogućuje izgradnju isplativih karijera u tom području, ali i otkrivanje novih talenata. Oni koji pružaju specijalizirane usluge kreativcima, bilo na temelju provizije ili radeći za plaću kao zaposlenici umjetnikovog poduzeća ili stručnih službi, time su također pogođeni, što znači da će u ovo, inače rastućem sektoru biti manje radnih mjesta.**

### Pravična naknada

#### Trenutna primjena

59. S obzirom na to da su diskografske kuće stekle nerazmjerno velike koristi od *streaminga*, ne čudi da su mnogi sudionici u našoj istrazi zatražili da se pravo na pravičnu naknadu počne primjenjivati i na *streaming*. Pravo na pravičnu naknadu (kao što je objašnjeno u odjeljcima 28–9 u Poglavlju 2) je neprenosivo i neodrecivo zakonsko pravo na naknadu u slučaju iskorištavanja određenih autorskopравnih ovlaštenja. Ta naknada plaća se po standardnim industrijskim stopama (koje nisu uređene zakonom), a trenutno iznose 50:50 između diskografske kuće i izvođača.<sup>237</sup> Pravična naknada nameće se kao rješenje za mnoge prethodno spomenute probleme koji muče izvođače. Prvo, na pravičnu naknadu ne primjenjuje se nadoknada predujma, što znači da bi izvođači bili plaćeni za *streaming* njihovih djela neovisno o tome jesu li snimke pokrile prvotno ulaganje i troškove.<sup>238</sup> Kao što je objasnio glavni tajnik udruge Musicians' Union Horace Trubridge, „kada je pravična naknada dogovorena za izvedbe na radiju, predstavljala je uže za spas“ jer „je to značilo da ste imali izvor prihoda na koji diskografske kuće nisu mogle staviti svoje prste”.<sup>239</sup> Drugo, pravična naknada može djelomično popraviti nejednakosti s kojima su suočeni dugogodišnji izvođači koji su plaćeni sukladno odredbama ugovora sklopljenih prije digitalne ere, uz puno niže postotke tantijema,<sup>240</sup> unatoč činjenici da ti umjetnici često stvaraju značajne prihode za industriju.<sup>241</sup> Konačno, ta naknada je neodreciva i neprenosiva. To znači da izvođači ne mogu prenijeti svoje pravo na pravičnu naknadu, čak ni u slučajevima kada pregovaraju s puno moćnijim strankama (ili ako su pod pritiskom ili ih netko prisili da to učine).

60. Potrošači glazbe podržavaju pronalaženje rješenja problema niskih naknada za kreativce. Nedavna anketa koju je među korisnicima *streaming* servisa proveo YouGov u ime kampanje #BrokenRecord, Musicians' Union i Ivors Academy, pokazala je snažnu javnu potporu boljem plaćanju kreativaca. 77

<sup>233</sup> Gordon Bennett ([EMS0245](#)).

<sup>234</sup> Matthew Tong ([EMS0155](#)); Qq77, 104.

<sup>235</sup> Q78.

<sup>236</sup> Q77–8.

<sup>237</sup> Q10.

<sup>238</sup> Q17.

<sup>239</sup> Q505.

<sup>240</sup> Q84.

<sup>241</sup> Q513.

posto ispitanika smatralo je da izvođači nisu dovoljno plaćeni, a 76 posto njih smatralo je da su autori pjesama i skladatelji potplaćeni.<sup>242</sup> 81 posto ispitanika također bi željelo da studijski glazbenici prime određeni udio prihoda od *streaminga*.<sup>243</sup> Takvi osjećaji vjerojatno su zaslužni za uspjeh tehnoloških kompanija kao što su Patreon i Bandcamp, koje umjetnicima omogućuju da stvaraju zajednice obožavatelja i zarađuju od tih zajednica neovisno od korporativnih partnera, nudeći ekskluzivni ili rani pristup kreativnim sadržajima, trgovačkoj robi, i drugim pogodnostima.<sup>244</sup> Slično tome, Spotify je na početku pandemije uveo novu funkciju pomoću koje su umjetnici mogli prikupljati donacije od obožavatelja, koja je postala poznata kao Spotifyjeva „staklenka za napojnice“.<sup>245</sup> Međutim, Nadine Shah kritizirala je „staklenku za napojnice“, navodeći da je to bilo priznanje kako ekonomika *streaminga* ne ide u korist kreativaca:

Prvo sam pomislila: „Ovo je zanimljivo. To je još jedan način za zaradu“. To mi je bilo užasno ponižavajuće. Radilo se o svojevrsnom priznanju te platforme koja kaže „znamo da ne zarađujete dovoljno“. Kao što sam ranije navela, kada moram pričati o transparentnosti i svojoj zaradi i koliko zarađujem među svojim kolegama i svojim obožavateljima, ne želim da ispadne da prosim. Vjerujem da vrijedim i zaslužujem da me se tretira bolje, no vjerujem da je to bilo priznanje da sustav ne funkcionira za nas i to mi je bilo jako, jako ponižavajuće.<sup>246</sup>

Nadalje, gđa. Shah je primijetila da se izvođači u usponu koji tek moraju izgraditi posvećenu bazu obožavatelja ne bi mogli osloniti na dodatnu potporu super-obožavatelja kako bi njihova sve uspješnija profesionalna glazbena karijera postala isplativa.<sup>247</sup>

### Klasifikacija

61. Iako je zahtjeve za veću naknadu kreativcima od *streaminga* potakla nepravedna raspodjela koristi od *streaminga*, do zagovaranja primjene prava na pravičnu naknadu posebice je došlo zbog nekonzistentnosti i prijepora vezanih uz klasifikaciju *streaminga* glazbe u okviru prava UK-a. Oni koji su nam u ovoj istrazi dostavili podneske jasno su nam pokazali da definiranje *streaminga* glazbe predstavlja izazov. Ne postoji suglasje oko toga kako bi *streaming* trebalo definirati i klasificirati u okviru prava UK-a. Općenito govoreći, izvođači tvrde da *streaming* ima značajke koji opravdavaju da bude klasificiran na način koji iziskuje pravičnu naknadu. Ovo stajalište poduprijela je većina udruga kreativaca, kampanja i strukovnih udruga, nekoliko (inozemnih) društava za kolektivno ostvarivanje prava i nekoliko pripadnika akademske zajednice. Za razliku od toga (i kao što je očekivano), diskografske kuće i njihove strukovne udruge općenito su se zalagale za *status quo*. Music Publishers' Association (MPA), domaća društva za kolektivno ostvarivanje prava i *streaming* servisi najvećim su dijelom odbili zauzeti stajalište u ovoj raspravi.

62. Tijekom naše istrage, razna trgovačka društva u rasponu od multinacionalnih diskografskih kuća, kao što su Universal, Sony i Warner, do onih nezavisnih kao što su Jazz Re:freshed, kao i strukovna tijela BPI i AIM, zauzela su stav da bi *streaming* trebao biti klasificiran kao „pravo stavljanja na raspolaganje javnosti“. Velike diskografske kuće iznoseći argumente u korist takve klasifikacije pozvale su se na

<sup>242</sup> The Ivors Academy of Music Creators ([EMS0197](#)); kampanja #BrokenRecord ([EMS0218](#)).

<sup>243</sup> The Ivors Academy of Music Creators ([EMS0197](#)); kampanja #BrokenRecord ([EMS0218](#)).

<sup>244</sup> MIDiA Research ([EMS0073](#)); DIUO ([EMS0074](#)); Patreon, Inc. ([EMS0110](#)).

<sup>245</sup> “[Spotify's 'tip jar' is a slap in the face for musicians. It should pay them better](#)”, The Guardian (23. travnja 2020.).

<sup>246</sup> Q94.

<sup>247</sup> Q95.

tehničke specifikacije: točnije, činjenicu da *streaming* platforme djeluju tako da prenose sadržaj na zahtjev. Kao što je Tony Harlow, izvršni direktor Warner Music UK, objasnio u svom usmenom iskazu:

Možete puštati što god želite kad god želite i preskočiti što ne želite. To je temelj argumenta da je *stream* ekvivalentan prodaji: imate izbor. Možete ili odabrati pjesmu izravno ili možete sastaviti svoj vlastiti popis za reprodukciju, ili kao što kažete, možete slušati nešto kao jazz u nedjeljno jutro; ali kad ja to slušam kao što vi to slušate, sustav će mi potom nuditi izvođače na temelju mojih ranijih izbora. Sam mogu odlučiti koliko dugo to želim slušati. Nije kao da se radi o radiodifuzijskom emitiranju. Ja mogu odlučiti kada želim to slušati. Mogu preskakati, a većina platformi uz pretplatu dan-danas nudi vam priliku da skupite svoje snimke ili da ih preuzmete kako biste ih koristili *offline*. Dakle, zbog svega toga to je kao prodaja i, kao što kažem, pokriveno je tim pravom stavljanja na raspolaganje javnosti, što je na neki način internetski ekvivalent prodaji.<sup>248</sup>

Universal Music, Warner Music i Sony Music proširili su ovaj argument u naknadnoj korespondenciji, tvrdeći da *streaming* servisi omogućuju korisnicima da preskaču, pauziraju, prevrte ili preskoče unaprijed, preuzmu, ponove, otkazu, preuzmu, favoriziraju, preuzimaju naslovnice glazbenih izdanja i podatke o osoblju i/ili da izrade svoje vlastite popise za reprodukciju kada im to odgovara.<sup>249</sup> Warner Music tvrdio je i da ponašanje slušatelja isto tako daje informacije algoritmima za sastavljanje popisa za reprodukciju, još više naglašavajući korisničku interaktivnost.<sup>250</sup> Konačno, Universal Music napisao je da su *streaming* servisi, u slučajevima kada su ograničili interaktivnost i funkcionalnosti na određenim uređajima za korisnike kod kojih se prikazuju oglasi, obično tim istim korisnicima dopustili da na drugim uređajima slušaju uz neograničene funkcionalnosti.<sup>251</sup>

63. Na pitanje kako karakterizirati *streaming* u usporedbi s drugim pravnim klasifikacijama, diskografske kuće naglasile su da bi se *streaming* prikladno mogao opisati kao prodaja, time opravdavajući i naknadu izvođačima u skladu s aranžmanima vezanima uz tantijeme i odnosne razlike u prihodima između nositelja prava na snimki i nositelja prava na pjesmi (vidi odjeljke 78–88 vezano uz posljedice toga). Universal je u svom podnesku naveo da je „razlog za uvođenje isključivog prava stavljanja na raspolaganje javnosti na međunarodnoj razini prije svega bio osigurati da nositelji prava mogu ovladati korištenje na internetu koje će imati isti komercijalni učinak kao distribucija primjeraka u *offline* svijetu”.<sup>252</sup> Warner Music je u svojim podnescima ovu usporedbu izrazio ekonomskim pojmovima, napominjući da „komercijalno gledajući, *streaming* može zamijeniti i već je uvelike zamijenio fizičku robu i preuzimanja”.<sup>253</sup> Na pitanje je li *streaming* istovjetan prodaji ili posudbi, glavni izvršni direktor BPI-a Geoff Taylor naveo je sljedeće:

Kada su sastavljači internetskih ugovora propisali prava koja će se primjenjivati u budućnosti, propisali su isključivo pravo stavljanja na raspolaganje javnosti, koje se primjenjuje na *streaming*, te su to učinili sa znanjem da je isključivo pravo bilo potrebno zbog toga što će takvi interaktivni digitalni prijenosi doći na mjesto prodajnog

<sup>248</sup> Q279.

<sup>249</sup> Warner Music UK ([EMS0279](#)); Sony Music UK & Ireland ([EMS0280](#)); Universal Music UK & Ireland ([EMS0281](#)).

<sup>250</sup> Warner Music UK ([EMS0279](#)).

<sup>251</sup> Universal Music UK & Ireland ([EMS0281](#)).

<sup>252</sup> Universal Music UK & Ireland ([EMS0281](#)).

<sup>253</sup> Warner Music UK ([EMS0279](#)).

modela. Dakle, rekli bismo, ako ćete usporediti to s jednim ili drugim, doista se radi o 'stavljanju na raspolaganje javnosti', ali bolja je usporedba s prodajom.<sup>254</sup>

Ovu analogiju podržava i nezavisni sektor. Glavni izvršni direktor AIM-a Paul Pacifico usporedio je pretplatu na glazbeni *streaming* s ugovorom o telefonskim uslugama, navodeći da korisnik telefona kupuje određeni (ili u drugom slučaju neodređeni) broj minuta, dok bi kupac morao vratiti natrag unajmljeni automobil ili kućni video nakon određenog vremena.<sup>255</sup> Vezano uz radiodifuzijsko emitiranje, Sony je istaknuo nedostatak korisničke kontrole, navodeći da radiodifuzijski mediji „ne omogućuju nikakvu interaktivnost krajnjem korisniku zbog toga što krajnji korisnik ne može utjecati na prijenos glazbe koja se može slušati u određeno vrijeme; on ili ona mogu samo odabrati da isključe stanicu ako im se ne sviđa emitirano djelo”.<sup>256</sup> Slično tome, Warner je istaknuo nedostatak pojedinačne potrošnje, navodeći da „svaki slušatelj sluša istu snimku u isto vrijeme bez mogućnosti pojedinačnog odabira ili interakcije sa sadržajem”.<sup>257</sup>

64. Međutim, ostatak dokaza koje smo prikupili sugerira da klasifikacija *streaminga* nije tako jednostavna kao što to tvrde diskografske kuće. Prvo, konzumiranje *streaminga* dijeli značajke i sa iznajmljivanjem, utoliko što potrošači mogu dobiti neograničeni pristup glazbi sa *streaming* servisa, ali samo za vrijeme dok plaćaju pristup (tj. dok su pretplaćeni na servis).<sup>258</sup> Do toga dolazi čak i kada je snimka preuzeta sa *streaming* servisa radi reproduciranja *offline*, što se razlikuje od situacije do koje dolazi kada se glazba kupuje i preuzima iz digitalne trgovine MP3-jevima (što se također klasificira kao stavlanje na raspolaganje).<sup>259</sup> Nile Rodgers ilustrativno je naveo sljedeće:

Davnih dana kupili biste CD i to je bila prodaja. To je bilo nešto što je bilo u vašem vlasništvu i postoji velika razlika. Kao oni bicikli koji su na ulici u koje možete staviti svoju kreditnu karticu i voziti se na biciklu, ali ga morate vratiti, ne možete zadržati bicikl zauvijek.<sup>260</sup>

65. José Luis Sevillano, generalni direktor španjolskog društva za kolektivno ostvarivanje prava Artistas Intérpretes o Ejecutantes, Entidad de Gestión de Derechos de Propiedad Intelectual (AIE), složio se s time, navodeći: „tko može reći da je Netflix sličniji starom Blockbusteru ili prodavaonici u kojoj možete kupiti film? Radi se o pravu iznajmljivanja.”<sup>261</sup> Sami *streaming* servisi odbili su ideju da je *streaming* očito sličan fizičkoj prodaji ili preuzimanjima u odnosu na druge načine potrošnje. Iako nisu komentirali pravne posljedice, Apple i Spotify su u usmenim iskazima potvrdili da je *streaming* „sličniji iznajmljivanju”, a „različit od modela vlasništva”.<sup>262</sup>

66. Slično tome, *streaming* također ima sličnosti s pasivnijim načinima slušanja kao što je radiodifuzijsko emitiranje. Automatsko reproduciranje (eng. *autoplay*), koje se primjenjuje kada korisnik prestane aktivno birati glazbu i sustav preporučivanja počinje birati pjesme za njega, primjer je uređivanja popisa za reprodukciju za korisnika, a ne od strane samog korisnika (iako na puno osobniji

<sup>254</sup> Q417.

<sup>255</sup> Qq363–5 [Paul Pacifico].

<sup>256</sup> Sony Music UK & Ireland ([EMS0280](#)).

<sup>257</sup> Warner Music UK ([EMS0279](#)).

<sup>258</sup> Qq581–6.

<sup>259</sup> Iznimku bi, međutim, predstavljao model 'stream2own' trgovačkog društva Resonate Co-operative's 'stream2own', kod kojeg korisnik prenosi snimku *streamingom* sve dok njegova uplata za tu potrošnju ne pokrije trošak preuzimanja MP3-a, nakon čega je u vlasništvu korisnika.

<sup>260</sup>

<sup>261</sup> Q113.

<sup>262</sup> Qq645 [Elena Segal], 583–5 [Horacio Gutierrez].



način).<sup>263</sup> Sami *streaming* servisi mogu razlikovati je li korisnik sam izabrao pjesmu ili je slušao pasivno pomoću automatskog reproduciranja ili algoritamski ili urednički izrađenih popisa za reprodukciju, što znači da je to razlikovanje tehnički moguće nadzirati.<sup>264</sup> Iako su velike diskografske kuće tvrdile da *streaming* može zamijeniti i da je već zamijenio prodaju i preuzimanja, jednako se može reći da *streaming* može zamijeniti i da je već zamijenio radio. U usmenom iskazu Spotify je potvrdio da namjerava usmjeriti svoje personalizirano slušateljsko iskustvo prema slušateljima radija i da očekuje da će se s vremenom slušanje radija smanjiti.<sup>265</sup> Dawn Ostroff, glavni službenik za sadržaje i oglašavanje u Spotifyju, ranije je rekao da je „naš posao odvracati slušatelje od slušanja radija“ i istaknuo je da 30 milijardi \$ prihoda od oglašavanja na radiju predstavlja poslovnu priliku prvenstveno za *streaming* servise koji se financiraju od oglašavanja.<sup>266</sup> Naposljetku, BBC je izričito upozorio na to da je *streaming* glazbe ključni izazov za javni radio, naročito zbog istiskivanja tradicionalnog radija od strane ekosustava kao što su pametni zvučnici i *hardware* za automobile (o čemu se dalje raspravlja u odjeljku 160).<sup>267</sup>

67. U mnogim je podnescima također isticana nekonzistentnost u tome kako *streaming* klasificiraju diskografi i nakladnici. Za razliku od prava na snimci, koja se jednostavno klasificiraju kao „stavljanje na raspolaganje javnosti“, pravo na pjesmi klasificira se i kao „mehaničko“ (reproduciranje) i kao „izvođačko“. To znači da se tantijeme za prava na izvođenje plaćaju za pjesmu. Dakle, *streaming* već plaća pravo na izvođenje unutar stavljanja na raspolaganje javnosti bez promjene zakona. Iako je Roberto Neri, predsjednik MPA, odbio izričito komentirati razliku u klasifikaciji između snimke i pjesme, objasnio je da nakladnici primjenjuju ovaj model jer „postoji izvođački element, jer je izvedena“ i „postoji mehanički element iza toga, doći na servis“ i „možete preuzeti snimku na svoje uređaje“.<sup>268</sup> G. Neri također je istaknuo da je bio zadovoljan klasifikacijom *streaminga* pod nakladništvom, navodeći da model „ispunjava svrhu kakav jest“.<sup>269</sup> S obzirom na to, izvođači su pitali zašto su isključeni iz pravične naknade (njihove izvođačke tantijeme) kada se izvođačke tantijeme plaćaju autorima pjesama i skladateljima iste snimke. Nedostatak prava na naknadu za izvođače je djelomično bio pokretač kampanje udruge Musicians' Union i Ivors Academy, koja je potaknula preko trideset kreativaca i organizacija da dostave dokaze za našu istragu i povjerljivo i javno, navodeći da bi se pravična naknada trebala primijeniti na snimku, kao i na nakladništvo.<sup>270</sup>

68. Međutim, možda i najuvjerljiviji argument nije tehničke nego ekonomske prirode. Pravo na pravičnu naknadu trenutačno se primjenjuje na načine konzumiranja kod kojih su troškovi za diskografske kuće vezani uz proizvodnju, skladištenje, distribuciju i fizičke lomove, nakon što je pjesma napisana i izvedba snimljena, marginalni u odnosu na druge načine poput fizičke prodaje ili kada su eksternalizirani na maloprodajne trgovce ili organizacije za radiodifuziju. Kod iznajmljivanja, primjerice, troškovi proizvodnje i distribuiranja svake jedinice za diskografsku kuću nastaju samo jednom (kada se primjerci za iznajmljivanje dostavljaju vlasniku primjerka za iznajmljivanje), a kod naknadnog iznajmljivanja troškovi za diskografsku kuću su maleni ili nikakvi. Slično tome, jednom kada je dano

<sup>263</sup> The Ivors Academy of Music Creators ([EMS0197](#)); SCRIPT ([EMS0205](#)); Qq505–6, 512.

<sup>264</sup> Qq593–6.

<sup>265</sup> Q682 [Horacio Gutierrez].

<sup>266</sup> Q681 [Kevin Brennan MP, Horacio Gutierrez].

<sup>267</sup> BBC ([EMS0227](#)).

<sup>268</sup> Qq424–5.

<sup>269</sup> Q425.

<sup>270</sup> Wendy Kirkland ([EMS0037](#)); Anna Neale ([EMS0058](#)); Joe Newman ([EMS0083](#)); Isaac Anderson ([EMS0101](#)); Fran O'Hanlon ([EMS0105](#)); Thomas Verity ([EMS0152](#)); Joshua Magill ([EMS0153](#)); Matthew Tong ([EMS0155](#)); Josienne Clarke ([EMS0159](#)); All Party Parliamentary Jazz Appreciation Group ([EMS0161](#)); Irish Music Rights Organisation CLG ([EMS0162](#)); Willis ([EMS0186](#)); Iain Archer ([EMS0190](#)); Luke Williams ([EMS0191](#)); Renee Sheehan ([EMS0195](#)); Anonymous ([EMS0199](#)); dr. Gavin Wayte ([EMS0200](#)); Chris Baron ([EMS0222](#)); Niall Parker ([EMS0267](#)).

odobrenje za javnu izvedbu ili radiodifuzijsko emitiranje glazbe, prilikom svakog dodatnog korištenja ne nastaju marginalni troškovi za diskografsku kuću. Do istog smanjenja i eksternalizacije troškova uz pomoć tehnologije dolazi i kod načina konzumiranja kojima se iskorištava pravo stavljanja na raspolaganje javnosti. I za digitalna preuzimanja i za *streaming* glazbe, troškovi skladištenja, distribucije i lomova vezani uz jednostavan prijenos digitalne kopije snimke u online trgovinu ili *streaming* servis zanemarivi su ili nepostojeći u odnosu na skladištenje, distribuciju i lomove u slučaju fizičke prodaje. Unatoč smanjenju marginalnih troškova uslijed digitalnog konzumiranja, izvođači nisu imali koristi od tih ušteda na troškovima.

**69. Velike glazbene kompanije i nezavisne diskografske kuće konzistentno su tvrdile da je *streaming* glazbe očito „stavljanje na raspolaganje javnosti“ te da bi izvođačima naknada trebala biti jednaka kao da se radi o prodaji. Međutim, takva klasifikacija ne uzima u obzir složenost *streaminga* koja ga razlikuje od ostalih načina konzumiranja. Primjerice, *streaming* ima i značajke iznajmljivanja i značajke radiodifuzijskog emitiranja, koji se konzumiraju iskorištavanjem autorskopравnih ovlaštenja koja izvođačima daju zakonsko pravo na pravičnu naknadu. Nadalje, ova klasifikacija dovodi do proturječja u odnosu na prava na pjesmi. Konačno, isključivanje prava stavljanja na raspolaganje javnosti iz pravične naknade ne odražava stvarne troškove vezane uz distribuciju digitalne glazbe. Preporučujemo da se Vlada pokuša pronaći rješenje za takva proturječja i nedosljednosti tako da istraži načine kojima bi se izvođačima dalo pravo na pravičnu naknadu u slučaju konzumiranja glazbe digitalnim sredstvima.**

### *Donošenje propisa o pravičnoj naknadi*

70. Razmotrili smo nekoliko načina na koje se pravična naknada može primijeniti, uz različite potencijalne ishode. Jedan način bio bi zakonodavna intervencija kojom bi se *streaming* posebno klasificirao. Umjetnici, akademski djelatnici i organizacije (uključujući nekoliko nezavisnih diskografskih kuća i irsko društvo za kolektivno ostvarivanje prava) u mnogim su podnescima zatražili da se *streaming* prekvalificira u priopćavanje javnosti.<sup>271</sup> U svojim su usmenim iskazima i Ivors Academy i Musicians' Union zagovarali taj pristup, pozivajući se i na bitnu funkcionalnu različitost između *streaminga* i preuzimanja i sličnost s radijem, kao i na potrebu postizanja veće ujednačenosti između nositelja prava na pjesmi i nositelja prava na snimci.<sup>272</sup> Snažna podrška takvom stajalištu vidljiva je i iz pisanih dokaza koje smo prikupili, u kojima se često skreće pozornost na sličnosti s tradicionalnim radijem<sup>273</sup> ili na potrebu konzistentnog pristupa.<sup>274</sup> Za razliku od toga, Colin Young i Nile Rodgers predložili su primjenu preciznije reklasifikacije na temelju razlikovanja između aktivno izabranog i pasivno konzumiranog

<sup>271</sup> Wendy Kirkland ([EMS0037](#)); Anna Neale ([EMS0058](#)); dr. Gareth Bonello ([EMS0069](#)); Just East of Jazz ([EMS0079](#)); Musicians' Union ([EMS0080](#)); Joe Newman ([EMS0083](#)); Chris Tombling ([EMS0093](#)); Isaac Anderson ([EMS0101](#)); Fran O'Hanlon ([EMS0105](#)); Verity Susman ([EMS0136](#)); Thomas Verity ([EMS0152](#)); Joshua Magill ([EMS0153](#)); Matthew Tong ([EMS0155](#)); Josienne Clarke ([EMS0159](#)); All Party Parliamentary Jazz Appreciation Group ([EMS0161](#)); Irish Music Rights Organisation CLG ([EMS0162](#)); Willis ([EMS0186](#)); Iain Archer ([EMS0190](#)); Luke Williams ([EMS0191](#)); AJ Dean-Revington ([EMS0192](#)); Renee Sheehan ([EMS0195](#)); Anonymous ([EMS0199](#)); dr. Gavin Wayte ([EMS0200](#)); Chris Baron ([EMS0222](#)); Niall Parker ([EMS0267](#)); dr. Hayleigh Boshier ([EMS0254](#)); vidi i CREATE: UK Copyright and Creative Economy Centre, Sveučilište Glasgow ([EMS0189](#)).

<sup>272</sup> Qq491 [Graham Davies], 493 [Horace Trubridge], 506 [Horace Trubridge], 510 [Graham Davies].

<sup>273</sup> Just East of Jazz ([EMS0079](#)); Musicians' Union ([EMS0080](#)); Music Publishers' Association ([EMS0179](#)); Willis ([EMS0186](#)); AJ Dean-Revington ([EMS0192](#)).

<sup>274</sup> Wendy Kirkland ([EMS0037](#)); Anna Neale ([EMS0058](#)); Joe Newman ([EMS0083](#)); Isaac Anderson ([EMS0101](#)); Fran O'Hanlon ([EMS0105](#)); Thomas Verity ([EMS0152](#)); Joshua Magill ([EMS0153](#)); Matthew Tong ([EMS0155](#)); Josienne Clarke ([EMS0159](#)); All Party Parliamentary Jazz Appreciation Group ([EMS0161](#)); Irish Music Rights Organisation CLG ([EMS0162](#)); Willis ([EMS0186](#)); Iain Archer ([EMS0190](#)); Luke Williams ([EMS0191](#)); Renee Sheehan ([EMS0195](#)); Anonymous ([EMS0199](#)); dr. Gavin Wayte ([EMS0200](#)); Chris Baron ([EMS0222](#)); dr. Hayleigh Boshier ([EMS0254](#)); Niall Parker ([EMS0267](#)).

sadržaja, slično klasifikaciji *streaminga* za nakladničku stranu, kako bi se odrazile promjene i u pogledu načina plaćanja korisnika i u pogledu potrošnje.<sup>275</sup> Oni predlažu da se, u slučaju priznanja razlike između aktivnog i pasivnog slušanja, plaćanje bi se provodilo iz dva različita izvora tantijema. Kada korisnik aktivno sudjeluje u biranju glazbe, prihodi se raspodjeljuju između nositelja prava kao da je korisnik kupio CD (tj. stranke vezane uz snimanje i stranke vezane uz nakladništvo dijele naknadu u omjeru 55 posto naprema 15 posto, pri čemu su odgovarajući kreativni i korporativni partneri zatim plaćaju sukladno aranžmanu vezanom uz tantijeme).<sup>276</sup> Kada korisnik pasivno prenosi glazbu *streamingom*, prihodi se raspodjeljuju kao da se radi o radiodifuzijskom emitiranju (tj. i stranke vezane uz snimanje i stranke vezane uz nakladništvo, i kreativni i korporativni partneri na svakoj strani, primaju pravičnu naknadu).<sup>277</sup>

71. To bi se moglo postići dodavanjem iznimke definiciji radiodifuzijskog emitiranja iz Zakona o autorskom pravu, dizajnu i patentu iz 1988. godine, koja trenutno isključuje prijenos internetom, osim u slučaju posebnih iznimki kao što su radijska emitiranja koja se istovremeno prenose i preko interneta.<sup>278</sup> Međutim, Vlada bi se trebala pobrinuti da *streaming* bude precizno definiran. Definicija koja bi bila preširoka potencijalno bi uključila i druge načine konzumiranja glazbe, time negirajući svrhu uvođenja posebne iznimke samo za *streaming*.<sup>279</sup> Slično tome, definicija koja bi u tehnološkom smislu bila previše uska predstavljala bi opasnost da se neće primijeniti određeni oblici glazbenog *streaminga* ili da će prebrzo zastarjeti kako *streaming* bude evoluirao.<sup>280</sup> Naposljetku, ovakav pristup mogao bi značiti da će se zakon možda morati revidirati, ako i kada se u budućnosti pojave novi oblici konzumiranja glazbe. To bi zahtijevalo od Vlade da bude spremna proaktivno intervenirati ako to bude slučaj. Doista, glavni izvršni direktor IPO-a Tim Moss naveo je da Vlada često tako mora postupati, što je ranije već činio Parlament i Vlada predvođena premijerkom Margaret Thatcher 1980.-tih godina:

Kako se stvari mijenjaju, moramo se pobrinuti da autorskopravno uređenje bude prikladno za ispunjavanje svoje vlastite svrhe. UK ima izvrsno autorskopravno uređenje, ali mi moramo razumjeti kako se stvari mijenjaju kroz vrijeme i pobrinuti se da može ispunjavati svoju vlastitu svrhe.<sup>281</sup>

Međutim, u odgovoru na postavljeno pitanje, g. Moss i službenici Ministarstva za digitalno gospodarstvo, kulturu, medije i sport, isto tako su više puta potvrdili da smatraju kako je trenutni autorskopravni okvir „prikladan za ispunjavanje svrhe“<sup>282</sup>, s obzirom na to da je pravo stavljanja na raspolaganje javnosti „oblikovano za *streaming* okružje“ i da „je povezano s promjenama vezanim uz internet i način na koji se glazba stvara, od kojih bi jedna bio *streaming*“.<sup>283</sup>

72. Vjerojatna posljedica ovakvog pristupa bila bi uvođenje prisilnog ili kolektivnog licenciranja za prava na snimkama za *streaming*.<sup>284</sup> Tom Frederikse, bivši glazbeni producent i kvalificirani odvjetnik u UK-u i New Yorku, objasnio je:

Mislim da je jednostavan odgovor na pitanje „Što je [pravična naknada]? taj da se radi o kolektivnom licenciranju. Time se ograničava isključivo pravo nositelja prava da

<sup>275</sup> CC Young & Co Limited ([EMS0077](#)); Qq12 [Colin Young], 197 [Nile Rodgers].

<sup>276</sup> CC Young & Co Limited ([EMS0077](#))

<sup>277</sup> CC Young & Co Limited ([EMS0077](#)), Q197.

<sup>278</sup> Dr. Hayleigh Boshier ([EMS0254](#)).

<sup>279</sup> Dr. Hayleigh Boshier ([EMS0254](#)).

<sup>280</sup> Dr. Hayleigh Boshier ([EMS0254](#)).

<sup>281</sup> Q740.

<sup>282</sup> Qq728, 731 [Robert Specterman-Green], 734–40.

<sup>283</sup> Qq728, 730, 734, 736, 740, 755.

<sup>284</sup> Qq12, 17, 48.

pregovaraju samostalno. Ali kao što ste mnogo puta čuli jutros, pregovori između umjetnika i diskografske kuće rijetko se vode na ravnopravnoj osnovi, tako da ovakvo rješenje dosta pomaže u rješavanju tog problema. Također, kao što možemo vidjeti u SAD-u i drugdje, kolektivno licenciranje za sve oblike *streaminga* i emitiranja je svakako moguće.<sup>285</sup>

I velike i nezavisne diskografske kuće definitivno zagovaraju izravno licenciranje zbog veće moći koju bi imale zbog toga što mogu odustati od pregovora.<sup>286</sup> Unatoč zabrinutosti oko posljedica za umjetnike koji samostalno objavljuju (vidi odjeljke 128–9 u Poglavlju 4), pregovaračka moć koju daje izravno licenciranje doista vjerojatno povećava ukupne prihode od *streaminga* za glazbenu industriju.

73. Još jedna metoda kojom se pravična naknada praktički primjenjuje na *streaming* postoji u Španjolskoj. Prema španjolskom sustavu, pretpostavlja se da je izvođač prenio isključivo pravo prema odredbama njegovog ugovora, koje producent (tj. diskografska kuća) zadržava, dok neodrecivo i neprenosivo pravo na naknadu omogućuje da izvođači budu plaćeni kada se glazba sluša putem *streaminga*.<sup>287</sup> U Španjolskoj pravičnu naknadu plaća korisnik snimke zvuka (u ovom slučaju, *streaming* servisi) nositeljima prava putem španjolskog društva za kolektivno ostvarivanje prava AIE, uz primjenu administrativne naknade od otprilike 10 posto.<sup>288</sup> AIE plaća izvođačima iz UK-a ukupno otprilike 800.000 £ godišnje temeljem prava na pravičnu naknadu.<sup>289</sup> Španjolski sustav u tom obliku djeluje od 2006. godine, kada je španjolski zakon kojim je prenesena Direktiva EU-a o informacijskom društvu iz 2001. godine stupio na snagu.<sup>290</sup> To rješenje izloženo je u pisanim podnescima kampanje #PayPerformers, udruge Musicians' Union i autora Robina Firmana, a razmatrano je u Nizozemskoj, Švicarskoj, Mađarskoj i drugdje.<sup>291</sup>

74. Glavni prijedlog kampanje #BrokenRecord je izmjena prava UK-a tako da se pravo na pravičnu naknadu proširi na stavljanje na raspolaganje javnosti. Taj prijedlog također je poduprijela udruga Musicians' Union.<sup>292</sup> Nedavno pismo upućeno Premijeru u kojem se traži ta izmjena potpisalo je preko 230 umjetnika iz mnoštva žanrova, kao što su Lily Allen, Massive Attack, Gary Barlow, Kate Bush, Celeste, Paloma Faith, Noel Gallagher, Kano, Chris Martin, Sir Paul McCartney, Kate Nash, Stevie Nicks, Jimmy Page, Mike Skinner i Sting.<sup>293</sup> Za razliku od ponovnog zakonskog klasificiranja *streaminga*, ovaj pristup ne zahtijeva od Vlade da na ograničavajući način definira *stream*, čime bi pravo UK-a bilo otporno na bilo kakvo tehnološko odstupanje u pogledu *streaminga* u budućnosti. Potrebno je napomenuti da bi se to također primjenjivalo i na preuzimanja. Još jedna prednost ovog pristupa je ta da je relativno jednostavan. Španjolski model donositeljima politika stavlja na raspolaganje pojedine ilustrativne presedane u pogledu praktičnosti primjene pravične naknade na pravo stavljanja na raspolaganje javnosti. AEPO-ARTIS, neprofitna organizacija koja zastupa 36 europskih društava za kolektivno ostvarivanje izvođačkih prava, navodi da su izvođači iz UK-a u praksi prisiljeni prenijeti svoje

<sup>285</sup> Q12.

<sup>286</sup> Qq238–9, 341.

<sup>287</sup> #PayPerformers ([EMS0064](#)); Artistas Intérpretes o Ejecutantes, Entidad de Gestión de Derechos de Propiedad Intelectual (AIE) ([EMS0133](#)).

<sup>288</sup> Robin Firman ([EMS0017](#)); Artistas Intérpretes o Ejecutantes, Entidad de Gestión de Derechos de Propiedad Intelectual (AIE) ([EMS0133](#)).

<sup>289</sup> Qq137–8.

<sup>290</sup> #PayPerformers ([EMS0064](#)); Artistas Intérpretes o Ejecutantes, Entidad de Gestión de Derechos de Propiedad Intelectual (AIE) ([EMS0133](#)).

<sup>291</sup> Robin Firman ([EMS0017](#)); #PayPerformers ([EMS0064](#)), Q131 [José Luis Sevillano].

<sup>292</sup> Kampanja #BrokenRecord ([EMS0218](#)); Musicians' Union ([EMS0258](#)).

<sup>293</sup> "Paul McCartney, Kate Bush, Stevie Nicks and more sign letter calling on Boris Johnson to fix streaming economy", NME (20 April 2021).

isključivo pravo na diskografske kuće, filmske studije i druge producente, pri čemu dobivaju ionako malu ili nikakvu naknadu.<sup>294</sup> Do toga dolazi zbog ogromne pregovaračke moći diskografskih kuća u odnosu na izvođače s kojima pregovaraju o sklapanju ugovora, što je iznijelo nekoliko stručnjaka iz područja prava, akademske zajednice i industrije.<sup>295</sup> Scottish Research Centre for Intellectual Property and Technology Law (SCRIPT) napominje da loša pregovaračka pozicija kreativaca u vrijeme potpisivanja prvotnih ugovora može proizlaziti iz nedostatka iskustva i/ili neinformiranosti i želje da njihova djela budu snimljena ili izdana pod svaku cijenu, a pogoršava ju činjenica da u UK-u postoji relativno malo nadzora nad autorsko-pravnim ugovorima.<sup>296</sup>

75. Suživot prava na naknadu i isključivih prava u UK-u već postoji u nekoliko situacija koje uređuje Zakon o autorskom pravu, dizajnu i patentu iz 1988. godine. Takav suživot postoji u pogledu iznajmljivanja, kod kojeg izvođači imaju pravo na pravičnu naknadu kada se CD ili DVD iznajmljuje iz knjižnice, kao i u pogledu fondova za prateće izvođače, kod kojih prateći izvođači imaju pravo na jednaki udio od 20 posto bruto prihoda od fizičke i *online* prodaje snimke nakon pedesete godine od njezine objave.<sup>297</sup> Ovime se stoga može opovrgnuti argument iznesen protiv primjene pravične naknade na pravo stavljanja na raspolaganje javnosti u jednom podnesku koji smo primili, prema kojemu „izvođači više neće imati nikakvo pravo ovlastiti ili zabraniti uporabu njihovih snimaka [ako] isključivo pravo bude svedeno samo na pravo na naknadu”.<sup>298</sup> U korist takvog stava argumente je iznio i Tim Moss koji je naveo da „organizacija za radiodifuziju može emitirati što god želi i nositelj prava ne može kontrolirati što se emitira”.<sup>299</sup> Međutim, u praktičnom smislu, nositelji prava mogu kontrolirati samo jesu li *streaming* servisi licencirali prava; ne mogu kontrolirati što se reproducira ili kada, naročito u slučaju algoritamskog uređivanja.<sup>300</sup> U odgovoru na postavljeno pitanje, g. Moss naveo je i da je to slučaj i u Španjolskoj, gdje je pravo stavljanja na raspolaganje javnosti povezano s pravom na naknadu, te je rekao „želimo to proučiti detaljnije” kako bi utvrdili „funkcionira li to u praksi i je li to bolji aranžman za osobe u cijelog glazbenoj industriji”.<sup>301</sup> Pravo na naknadu za digitalno konzumiranje glazbe bi, stoga, u praksi moglo biti uvedeno tako da se primjenjuje na pravo stavljanja na raspolaganje javnosti, slično kao što je pravo iznajmljivanja kod kojeg izvođači zadržavaju pravo na pravičnu naknadu u slučaju da je pravo iznajmljivanja preneseno.<sup>302</sup> Kao što je Tom Frederikse primijetio:

U pogledu primjene pravične naknade na *streaming*, jasno je da je funkcioniranje *streaminga* na zahtjev bitno različito od radiodifuzijskog emitiranja, ali glazbena industrija je odavno poznata po hibridnim poslovnim modelima vezanima uz glazbu. [...] Nedvojbeno postoji mnoštvo presedana za izvlačenje modela i načela iz jednog tipa, radi primjene u drugima.<sup>303</sup>

<sup>294</sup> AEPO-ARTIS ([EMS0051](#)).

<sup>295</sup> Qq12 [Tom Frederikse], 169 [Nile Rodgers]; AEPO-ARTIS ([EMS0051](#)); Artistas Intérpretes o Ejecutantes, Entidad de Gestión de Derechos de Propiedad Intelectual (AIE) ([EMS0133](#)); SCRIPT ([EMS0205](#)); dr. Hayleigh Boshier (EMS0254 <https://committees.parliament.uk/writtenevidence/18852/pdf/>).

<sup>296</sup> SCRIPT ([EMS0205](#)).

<sup>297</sup> Artistas Intérpretes o Ejecutantes, Entidad de Gestión de Derechos de Propiedad Intelectual (AIE) ([EMS0133](#)); Q510 [Graham Davies]; vidi I Uredbe o autorskom i srodnim pravima iz 1996. godine, [odjeljak 12](#); Musicians' Union, [Session Fund](#), posljednji posjet 12. svibnja 2021.

<sup>298</sup> Horatiu Coldea ([EMS0263](#)).

<sup>299</sup> Q738.

<sup>300</sup> Q739.

<sup>301</sup> Q753.

<sup>302</sup> Zakon o autorskom pravu, dizajnu i patentu iz 1988. godine, [odjeljak 93B](#).

<sup>303</sup> Q12.

76. Pravo na pravičnu naknadu jednostavno je i učinkovito rješenje za probleme koji nastaju zbog male naknade od *streaminga* glazbe. Radi se o pravu koje je već uspostavljeno u UK-u i koje se već primjenjuje na *streaming* u drugim dijelovima svijeta. Očito rješenje bi stoga bilo primijeniti pravo na pravičnu naknadu na pravo stavljanja na raspolaganje javnosti na sličan način kao što je to učinjeno kod prava iznajmljivanja. U tom smislu, dodatna „naknada za digitalnu glazbu“ plaćala bi se izvođačima putem njihovih društava za kolektivno ostvarivanje prava za *streaming* ili preuzimanje njihove glazbe. Ta naknada za digitalnu glazbu riješila bi problem dugoročne održivosti za profesionalne izvođače i problem uništavanja drugih oblika konzumiranja glazbe kod kojih se pravična naknada primjenjuje, dok bi se istovremeno zadržale koristi izravnog licenciranja.

77. Preporučujemo da Vlada zakonski uredi pravo izvođača na pravičnu naknadu za prihode od *streaminga*. Učinkovito rješenje bilo bi izmijeniti Zakon o autorskom pravu, dizajnu i patentu iz 1988. godine na način da bi se odredilo da pravo stavljanja na raspolaganje javnosti ne sprječava primjenu prava na pravičnu naknadu, koristeći presedan postavljen istovremenim postojanjem prava iznajmljivanja i prava na pravičnu naknadu u pravu UK-a. Takvu izmjenu bilo bi relativno jednostavno donijeti i ona bi na odgovarajući način odražavala smanjene (i sve više eksternalizirane) marginalne troškove proizvodnje i distribucije povezane s digitalnom potrošnjom. Nadalje, ako bi Vlada to učinila nastavno na postojeće pravo UK-a, to pravo na naknadu primjenjivalo bi se na nositelje prava (tj. diskografske kuće), a ne na *streaming* servise.

## Naknada nositeljima prava na pjesmi

### Vrednovanje pjesme

78. Kao što je razmatrano u Poglavlju 2 (vidi odjeljak 26), *streaming* servisi zadržavaju otprilike 30 do 35 posto bruto prihoda te glazbenoj industriji raspodjeljuju preostalih 65 do 70 posto, što se naziva posudom tantijema. Dok najveći dio odlazi nositeljima prava na masteru koji primaju otprilike 78,5 do 80 posto prihoda distribuiranih industriji, nositelji prava na pjesmi primaju otprilike 20 do 21,5 posto. Unatoč tome, mnogi koji su dali iskaz u našoj istrazi naglasili su važnost pjesme za *streaming* glazbe. Predstavnici nositelja prava na pjesmi skrenuli su pozornost na niski postotak naknade koji odlazi autorima pjesama i skladateljima u odnosu na druge sudionike, unatoč činjenici da su prava na pjesmi i prava na snimci u logičnoj simbiozi zbog toga što se oba ta prava moraju licencirati da bi se snimljena glazba konzumirala. Roberto Neri postavio je pitanje zašto je udio *streaming* servisa u posudi bruto prihoda dvostruko veći od udjela nositelja prava na pjesmi, navodeći sljedeće:

Naši autori čine pola toga što se stavlja na stol. Bez pjesama nema ni glazbenih servisa.  
[...] Bez autora koji će napisati pjesmu nema glazbene industrije.<sup>304</sup>

Graham Davies, glavni izvršni direktor Ivors Academy of Music Creators, na sličan je način naglasio važnost pjesme za snimku: „Autori pjesama, kao što svi znamo, smišljaju glazbu. Nema snimke i nema glazbe bez pjesme”.<sup>305</sup> Akademska istraživanja počela su detaljnije proučavati ovu tvrdnju uz pomoć statističke analize, temeljem koje je izveden zaključak da je za utvrđivanje opsega konzumiranja glazbe kvaliteta pisanja pjesama jednako važna kao izvođački talent.<sup>306</sup>

79. Važnost kvalitete pisanja pjesama i skladanja kontekstualizira i utjecaj tehnologije *streaminga* na konzumiranje glazbe. U mnogim pisanim podnescima potvrđeno je da je *streaming* potaknuo pad

<sup>304</sup> Q430 [Roberto Neri].

<sup>305</sup> Q501 [Graham Davies].

<sup>306</sup> The Ivors Academy of Music Creators ([EMS0197](#)).

prodaje albuma istovremeno je doveo do povećanog konzumiranja pojedinačnih snimki, što se naziva „ekonomijom pjesme“. Ekonomija pjesme *streaming* servisa djelomično je bila vođena promjenom navika konzumiranja na strani potražnje, koja je potaknuta funkcionalnostima kao što je sastavljanje popisa za reprodukciju, zajedno sa slabljenjem poticaja na strani ponude za stvaranje glazbenih albuma radi kapitalizacije ekonomije razmjera za fizičku proizvodnju i troškove isporuke.<sup>307</sup> Ta promjena u potrošačkom ponašanju nije bez presedana: ERA navodi da koncept „albuma“ nije postojao prije izuma dugosvirajućih izdanja (LP) na vinilu, te je, štoviše, bio ograničen na otprilike 40 minuta svirke, sve do izuma CD-a.<sup>308</sup> Za razliku od toga, platforme sada potiču kreativce da pjesme izdaju kontinuirano kako bi optimizirali prihode od *streaminga*. Daniel Ek, osnivač i glavni izvršni direktor u Spotifyju, prošle je godine bio kritiziran zbog toga što je u razgovoru za Music Ally rekao da „ne možeš snimati glazbu jednom svake tri do četiri godine i misliti da će to biti dovoljno“,<sup>309</sup> zbog čega mnogo glazbenika smatra da dotični ne razumije kreativni proces stvaranja glazbe.<sup>310</sup>

80. Međutim, iako se industrija kreće prema ekonomiji pjesme, autori pjesama i skladatelji suočeni su s novim društvenim i tehnološkim izazovima kada stvaraju glazbu. Najvažniji od svih odnosi se na činjenicu da većina *streaming* servisa na zahtjev bilježi *stream* korisnika samo ako taj korisnik sluša barem trideset sekundi. BMI-jeva nagrađivana kantautorica Fiona Bevan i od kritike hvaljeni jazz saksofonist, MC i skladatelj, Soweto Kinch oboje su napomenuli da su primijetili slične trendove, budući da se njihove kolege kreativce potiče da pišu za točno određene ukuse koristeći brze ritmove i pamtljive glazbene fraze, zbog čega dolazi do sve veće homogenizacije oko „vrste zvuka koji se može baciti“.<sup>311</sup> Guy Garvey nam je, međutim, rekao da je Elbow, iako je „bend koji izdaje albume“, skratio i skratit će uvod pjesme ako bi se time pjesma optimizirala za *streaming* i stavljanje na popise za reprodukciju, s ciljem da to slušatelje zatim usmjeri na album.<sup>312</sup> Slično tome, BPI je naveo da se broj pjesama na albumima i EP-ovima također povećao kako bi se maksimizirao broj pjesama preslušanih putem *streaminga* (i time ostvario dodatni prihod) u slučaju da slušatelj ostavi glazbu izvođača da svira dalje.<sup>313</sup>

## Utjecaj na glazbeno nakladništvo

### Autori pjesama i skladatelji

81. S gledišta kreativaca trenutačno vrednovanje pjesme je unatoč važnosti pisanja pjesama i skladanja uzrokovalo financijske teškoće za sve, osim za nekolicinu izabranih. U svom usmenom iskazu Fiona Bevan otkrila je da je od jedne pjesme čija je koautorica s udjelom od 48 posto, zaradila otprilike 100 £, a radilo se o albumu koji je bio najbrže prodavani album solo izvođača u godini kada je izdan i koji je došao na prvo mjesto ljestvice albuma u UK-u.<sup>314</sup> Uspješni autori pjesama i skladatelji također su dali iskaze u pisanom obliku, i javno i u povjerenju, o niskim iznosima naknada za uspješne pjesme. Jedan autor i skladatelj, ujedno i koautor pjesme nagrađene od strane NME-a i Rolling Stonea koja je putem *streaminga* preslušana 137 milijuna puta na Spotifyju, primio je tantijeme u iznosu od 3.013,47 £. Još jedan istaknuti autor i producent primio je otprilike 352 € naknada od Spotifyja tijekom tri godine za

<sup>307</sup> Q494 [Graham Davies]; MIDiA Research ([EMS0073](#)); BPI ([EMS0208](#)); Niall Parker ([EMS0267](#)).

<sup>308</sup> Entertainment Retailers Association ([EMS0081](#)).

<sup>309</sup> [“Spotify CEO talks Covid-19, artist incomes and podcasting \(interview\)”](#), Music Ally (30. srpnja 2020.).

<sup>310</sup> [“Musicians criticise Spotify CEO for saying it’s “not enough” to release albums “every 3–4 years””](#), NME (2. kolovoza 2020.).

<sup>311</sup> Qq182–4.

<sup>312</sup> Q96.

<sup>313</sup> BPI ([EMS0208](#)).

<sup>314</sup> Qq171–3 [Fiona Bevan].

jednu-trećinu udjela u autorstvu pjesme koja je putem *streaminga* preslušana preko 14 milijuna puta. I još jedan skladatelj i izvođač, koji je napisao glazbu za neke od najvećih filmova na svijetu, u povjerenju nam je napisao da više zarađuje od reproduciranja snimke na televiziji nego od milijuna preslušavanja putem *streaming* servisa. Nekoliko svjedoka navelo je da zbog toga mnogi autori i skladatelji uspješnica rade i honorarno za Uber ili Deliveroo, jer ne ostvaruju adekvatne prihode od *streaminga*.<sup>315</sup>

82. *Streaming* je posebno pogodilo rad autora glazbe u žanrovima kao što su klasika, nacionalna i tradicionalna glazba i u vrstama popularne glazbe kao što je jazz, čak i uzimajući u obzir činjenicu da bi zbog njihove posebne prirode ili navodne 'niše' kojoj pripadaju ionako bilo teško postići broj *streamova* koji bi postigla tzv. *mainstream* glazba.<sup>316</sup> Nekoliko je svjedoka, primjerice, navelo da plaćanje nositeljima prava nakon 30 sekundi *streaminga* snimke znači da bi naknada za klasični komad u trajanju od sedam minuta ili jazz simfoniju u trajanju od devet minuta, bila jednaka naknadi za interludij albuma u trajanju od 31 sekunde.<sup>317</sup> Jedan skladatelj klasične glazbe napomenuo je u pisanom podnesku da bi se pjesma Ariane Grande 'thank u, next' mogla poslušati tri puta za svako slušanje Pink Floydove deveto-minutne pjesme 'Comfortably Numb' s konceptualnog albuma tog benda pod nazivom The Wall, i sedam puta za svako slušanje prvog stavka Simfonije br. 2 Gustava Mahlera pod ravnanjem Simona Rattlea.<sup>318</sup> To, posebice kod servisa koji koriste razmjerni model plaćanja, u praksi znači da redoviti slušatelji glazbe duljeg trajanja, klasične, jazz i tradicionalne glazbe subvencioniraju potrošače s ukusom za popularnu ili *mainstream* glazbu, naročito u slučajevima kada je *mainstream* glazba optimizirana za *streaming*. Mnogi svjedoci također su naveli da te probleme pogoršava algoritamsko uređivanje i izrada popisa za reprodukciju koji te žanrove stavljaju u lošiji položaj u odnosu na *mainstream* pop i komercijalnu glazbu.<sup>319</sup> Problem u pogledu algoritama i popisa za reprodukciju je višestran: s jedne strane, sustavi preporučivanja mogli bi u potpunosti zanemariti te vrste glazbe, no u jednom podnesku koji smo primili naglašeno je da se glazba koja pripada manje komercijalnim žanrovima glazbe kontekstualizira na problematične načine kada se stavlja na popise za reprodukciju, tvrdeći da „nešto doista ne valja ako visoko obrazovani solist smatra da će njegovo uključivanje na Spotifyjev popis za reprodukciju pod nazivom 'Spavanje' pogurati njegovu karijeru”.<sup>320</sup> Posljedično tome, procjenjuje se da je vrijednost glazbe kao što je jazz potisnuta za otprilike tri do šest posto, smanjujući financijske poticaje za nastavak ulaganja u takvu glazbu i njezinu produkciju.<sup>321</sup>

83. Nadalje, posebice u slučaju autora pjesama i skladatelja, vrlo je vjerojatno da će stvaranju jedne pjesme doprinijeti nekoliko osoba. To znači da se svi prihodi koji se raspodjeljuju nositeljima prava na pjesmi često dijele između više osoba negoli je to slučaj kod prava na snimku. Fiona Bevan navela je da „ako pogledate glazbene ljestvice, velika većina glazbe na ljestvicama napisana je kroz suradnju i timove – autori pjesama i producenti i izvođači zajedno ili producenti i autori pjesama zajedno”.<sup>322</sup> Nije neuobičajeno da autori pjesama dijele prihode za autorstvo s barem tri ili četiri druga autora, ako ne i više.<sup>323</sup> Za pjesme „Havana“ koju izvodi Camila Cabello, „Uptown Funk“ koju izvodi Mark Ronson *featuring* Bruno Mars i „Strip That Down“ koju izvodi Liam Payne *featuring* Quavo deset, dvanaest

<sup>315</sup> Qq136, 170.

<sup>316</sup> Ed Hughes ([EMS0033](#)); Just East of Jazz ([EMS0079](#)); Simon Lasky ([EMS0274](#)).

<sup>317</sup> Q36 [Tom Gray], 182 [Fiona Bevan], 184 [Soweto Kinch]; All Party Parliamentary Jazz Appreciation Group ([EMS0161](#)).

<sup>318</sup> Matthew Whiteside ([EMS0022](#)).

<sup>319</sup> Q183 [Fiona Bevan]; Just East of Jazz ([EMS0079](#)); Patreon, Inc. ([EMS0110](#)); All Party Parliamentary Jazz Appreciation Group ([EMS0161](#)).

<sup>320</sup> Christian Castle ([EMS0165](#)).

<sup>321</sup> Qq169 [Soweto Kinch], 193.

<sup>322</sup> Q173.

<sup>323</sup> Helienne Lindvall ([EMS0112](#)); Association of Independent Music ([EMS0157](#)); see also MIDiA Research ([EMS0073](#)).



odnosno petnaest osoba je navedeno pod autorima.<sup>324</sup> Soweto Kinch primijetio je da „ako ste nezavisni, željet ćete platiti dio skladatelju, aranžeru, autorima pjesama, autorima stihova i tako dalje”.<sup>325</sup> Ponekad izvođač također može doprinijeti pisanju pjesama ili na drugi način ispregovarati da bude potpisan kao autor ili da dobije naknadu za pisanje ili bonus za popularnost na *streaming* servisima (eng. *upstreaming* bonus).<sup>326</sup> Maria Forte objasnila je zašto je taj trend možda u porastu:

Najjednostavnije objašnjenje je, prvo, da je simpliranje jako rasprostranjeno. Kada simplirate pjesmu i odreknete se dijela autorskog prava, u svojoj pjesmi odmah imate autore te simplirane pjesme. Tako odjednom možete doći do 17 autora. Netko može napisati pjesmu te će ju zatim producent, koji je producent-autor, dobiti i dodati joj djeliće. U sobi može biti nekolicina ljudi koja će dobiti postotak. Često će, ako se radi o velikom izvođaču, taj zahtijevati postotak od pjesme neovisno o tome je li joj doprinesao ili nije.<sup>327</sup>

Doista, opisana praksa kod koje su prihodi od autorstva pjesama postali plijen, postala je uobičajena u industriji do te mjere da se može sažeti izrazom „dodaj/izmijeni jednu riječ, uzmi trećinu“. Nakon što su nam izneseni ovi iskazi, skupina najboljih autora, kao što su Emily Warren, Tayla Parx, Victoria Monét, Justin Tranter i Savan Kotecha,<sup>328</sup> uputila je otvoreno pismo kako bi izrazila zabrinutost zbog „rastućeg broja izvođača koji zahtijevaju nakladnička prava za pjesme koje nisu napisali“ i odlučili su da „neće dati nakladnička prava ni autorstvo na pjesmi nikome tko nije stvarao ili promijenio stih ili melodiju ili na drugi način doprinesao skladbi bez razumno jednake/značajne koristi za sve autore pjesme”.<sup>329</sup>

84. Kao i u slučaju izvođača, manjak financijske naknade često pojačava druge barijere s kojima su suočeni autori pjesama i skladatelji. Međutim, za razliku od izvođača koji mogu primiti predujmove ili studijske naknade, autori pjesama često nisu plaćeni za njihov rad osim i sve dok njihovo djelo ne bude komercijalno izdano.<sup>330</sup> Fiona Bevan objasnila je da „autori pjesama troše puno vlastitog vremena, energije i novca, a nisu plaćeni, jer mi nismo plaćeni za odlazak na posao, mi smo plaćeni isključivo tantijemama, tako da preuzimamo rizik i razvijamo umjetnike besplatno za diskografsku kuću te za to nismo plaćeni”.<sup>331</sup> Nadalje, iz dokaza koje smo primili od uspješnih britanskih autora proizlazi da je u industriji postalo uobičajeno ne samo eksternalizirati troškove glazbene produkcije kako bi bili prosljeđeni izvođačima, nego i autoru pjesme.<sup>332</sup> Autor, producent i izvođač Iain Archer u svom pisanom podnesku opisao je kako autori gledaju na ovu dinamiku:

Sesija pisanja pjesme zahtijeva dva dana mog vremena s umjetnikom, zatim još do dva dana mog vlastitog vremena da dovršim djelo. Ja stavljam na raspolaganje studio s opremom i instrumentima svjetske klase, te pišem stihove, melodiju i akorde, radim aranžman i produkciju. Ja plaćam električnu energiju i grijanje/hlađenje studija. Ja stavljam na raspolaganje grickalice i pića. Sve to ide na moj vlastiti trošak, unatoč tome što umjetnik često ima ugovor s multinacionalnom diskografskom kućom. Pisanje pjesama nije samo proces stvaranja kombinacije stihova i glazbe svjetske klase, nego

<sup>324</sup> Entertainment Retailers Association ([EMS0081](#)); see also Q501 [Graham Davies].

<sup>325</sup> Q173.

<sup>326</sup> “[Meet the songwriters who told pop stars: ‘Don’t steal from us’](#)”, BBC (14. travnja 2021.).

<sup>327</sup> Q150.

<sup>328</sup> “[Hit songwriters ask pop stars to stop taking credit for songs they didn’t write](#)”, BBC (31. ožujka 2021.).

<sup>329</sup> #ThePact, [Read the letter here](#), posljednji posjet 30. travnja 2021.

<sup>330</sup> Anna Neale ([EMS0058](#)); Helienne Lindvall ([EMS0112](#)); Q523 [Graham Davies].

<sup>331</sup> Q197 [Fiona Bevan].

<sup>332</sup> Q501 [Graham Davies].

se tu radi i o razvoju identiteta umjetnika, radu s umjetnikom čiji će rezultat biti djelo koje će aktivno promicati njegove jedinstvene prodajne adute—to je zadatak koji zahtijeva izuzetnu vještinu da bi bio riješen kako treba. Diskografi polaze od tvrdnje da oni razvijaju umjetnika i zahtijevaju dodatnu naknadu jer su preuzeli taj zadatak—a sve to vrijeme su svjesni da veliku većinu tog posla besplatno obavlja autor pjesama. Vještina diskografa je znati kojeg autora koristiti, uključiti ga u postupak i onda besplatno iskorištavati njegovo vrijeme, resurse i skup vještina.<sup>333</sup>

Jedan autor, koji je pisao komercijalnu glazbu diljem svijeta, u povjerenju nam je napisao da se od njih obično očekivalo da sami financiraju stotine funti troškova za pjesmu koja bi im potom donijela zaradu od manje od 1.000 £ (kao jedan od četiri autora) za preko 17 milijuna *streamova* samo na Spotifyju. Helienne Lindvall, još jedna nagrađivana profesionalna autorica i predsjednica Autorskog povjerenstva u Ivors Academy, slično tome napisala je da čak i stotine tisuća *streamova* često ne bi bili dovoljno za pokriće troškova nastalih tijekom sesija pisanja, a kamoli za kompenziranje ulaganja, kao što je rad s umjetnicima u usponu s ciljem razvijanja njihovog zvuka i glazbenog usmjerenja.<sup>334</sup>

85. Takve financijske teškoće posebice obeshrabruju nove autore pjesama i skladatelje i one u usponu. Nekoliko izvođača/autora u usponu kako su se sami opisali, uključujući dvoje koji su već ostvarili sedam milijuna *streamova*, pisalo nam je i javno i u povjerenju opisujući svoje nezadovoljstvo s komercijalnim sklapanjem glazbe zbog malih iznosa naknada od *streaminga*. Takve osjećaje iskazali su i etablirani skladatelji, autori pjesama i profesionalci u industriji.<sup>335</sup> Soweto Kinch nam je rekao da neujednačenosti između pjesme i snimke potkopavaju mnoge isplative karijerne mogućnosti u glazbenoj industriji:

Kada držim predavanja i poučavam sveučilišne dodiplomce, kažem im „Trebamo ljude u PR-u, trebamo ljude za organiziranje, za uređivanje nastupa i za aranžiranje i sklapanje,“ ali ako svu zaradu dobiva ili glavni izvođač ili pozadina i diskograf, ne čini se da je postati profesionalni aranžer ili skladatelj posebno isplativa ideja.<sup>336</sup>

Povrh toga, eksternaliziranje produkcijskih troškova na autore pjesama slično tome stvara barijere za pojavu novih, mladih autora, naročito onih iz skupina s niskim primanjima. Iain Archer navodi da loša naknada, sve manja autorska kontrola i prezasićenost tržišta zbog potražnje za novim sadržajima znači da mladi novi kreativci već sada nemaju mogućnost stvoriti karijeru.<sup>337</sup> Konačno, u svojim iskazima pojedini svjedoci istaknuli su da obeshrabrivanje novih talenata, pojačano strahom od rizika koji je u prirodi mnogih profesionalaca u industriji, može loše utjecati na glazbeno eksperimentiranje. Soweto Kinch nekoliko je puta naglasio da ekologija suvremene glazbe ne bi proizvela „jednu Kate Bush ili jednog Davida Bowiea [...] ili nekog kao što je Rod Stewart“ zbog toga što se kratkoročna profitabilnost stavlja ispred svega.<sup>338</sup>

### *Glazbeni nakladnici*

86. Jednako kao što su se autori pjesama i skladatelji suočili s financijskim teškoćama, glazbeni nakladnici naveli su da ekonomika *streaminga* glazbe ne funkcionira ni u njihovom slučaju. Glazbeni nakladnik ispunjava nekoliko važnih funkcija, ako autor pjesama ili skladatelj odluči s njima surađivati.

<sup>333</sup> Iain Archer ([EMS0190](#)).

<sup>334</sup> Helienne Lindvall ([EMS0112](#)).

<sup>335</sup> Verity Susman ([EMS0136](#)); Julian Henry ([EMS0137](#)).

<sup>336</sup> Q174.

<sup>337</sup> Iain Archer ([EMS0190](#)).

<sup>338</sup> Qq166, 169, 185.

Kao što je navedeno iznad, glazbeni nakladnici rade s autorima pjesama i skladateljima s ciljem iskorištavanja prava na pjesmama kojima upravljaju.<sup>339</sup> Zbog toga što prava na pjesmi podupiru snimku, nakladnici mogu raditi s autorima pjesama i skladateljima od početka kreativnog procesa ulaganjem u i/ili pokretanjem kreativnih projekata.<sup>340</sup> Nakladnici se također brinu da autorska djela dođu na tržište i da budu što dostupnija te da autorsko pravo bude zaštićeno i da se ostvaruje.<sup>341</sup> Osim toga, nakon pojave digitalnog konzumiranja glazbe, glazbeni nakladnici počeli su surađivati s društvima za kolektivno ostvarivanje prava kako bi se pobrinuli da odgovarajući metapodaci za njihove predmete zaštite budu zabilježeni i priopćeni relevantnim osobama kako bi nositelji prava naknadu primali učinkovito i u točnim iznosima.<sup>342</sup> U pisanim podnescima koje smo primili, nakladnici u rasponu od nezavisnih trgovačkih društava do BMG-a, četvrtog najvećeg nakladnika na svijetu, u pravilu su zagovarali veću naknadu za autore pjesama i skladatelje i podržavali su gledište kreativaca.<sup>343</sup> Primjerice, IMPF je u pisanom podnesku naveo da su „iznos prihoda koji *streaming* servisi ostvaruju preko leđa kreativaca te ogromna neujednačenost i nejednakost u pogledu onoga što plaćaju postali skandalozni” i pozvao je *streaming* servise da „plate i da plate pravedno”.<sup>344</sup>

87. Zajedno s njihovim kreativnim partnerima, nezavisni nakladnici su dakle zatražili veći udio u prihodima od *streaminga*. To je, međutim, suprotno od onog što su učinile velike glazbene grupacije koje dominiraju glazbenim nakladništvom kao i proizvodnjom fonograma, i MPA (o čemu se detaljnije raspravlja u odjeljcima 130–134 u Poglavlju 4). Slično argumentima koje su iznijeli autori pjesama i skladateljima i koji su izneseni o njima, Independent Music Publishers’ Forum (IMPF) navodi da neujednačenost između prava na snimci i prava na pjesmi znači sljedeće:

Dok diskografske kuće prijavljuju dramatično povećanje prihoda od *streaming* servisa, nakladnički sektor (a time i autori pjesama i skladatelji koje predstavljaju) nema koristi od tog rasta [...] u doba kada pjesma sve više vrijedi zbog toga što se u poslovanju sve više primjenjuje model temeljen na jednoj pjesmi.<sup>345</sup>

Maria Forte, generalna direktorica trgovačkog društva za konzultantske i menadžerske usluge sa sjedištem u UK-u Maria Forte Music Services Ltd, navela je da „ekonomika ne funkcionira za nakladnika koji dobiva 15 posto, dok diskografska kuća dobiva 55 posto”.<sup>346</sup> Menadžer jednog glazbenog nakladnika naveo je da oni ponekad financiraju dogovore kod kojih je kreativac primio sličan ili veći predujam nego što je izvođač primio od diskografske kuće, unatoč značajno manjem povratu u vidu prihoda od pjesme u odnosu na povrat koji dobivaju diskografi.<sup>347</sup> Slično autorima pjesama, i kod klasične glazbe može postojati više od jednog nakladnika (uključujući odvojene nakladnike za aranžman i za originalnu skladbu), što nadalje umanjuje prihode nakladnika.<sup>348</sup>

**88. Unatoč tome što igraju važnu ulogu u stvaranju glazbe i u procesu *streaminga* glazbe, nositelji prava na pjesmi ne primaju odgovarajuću naknadu za svoj rad. Vlada bi trebala surađivati s kreativcima i nezavisnim nakladničkim sektorom kako bi se razmotrili načini pružanja podrške novim**

<sup>339</sup> The Ivors Academy of Music Creators ([EMS0197](#)).

<sup>340</sup> IMPF, Independent Music Publishers International Forum ([EMS0121](#)).

<sup>341</sup> Q132; IMPF, Independent Music Publishers International Forum ([EMS0121](#)); The Ivors Academy of Music Creators ([EMS0197](#)).

<sup>342</sup> Qq132–4 [Maria Forte], 142 [José Luis Sevillano]; The Ivors Academy of Music Creators ([EMS0197](#)).

<sup>343</sup> IMPF, Independent Music Publishers International Forum ([EMS0121](#)); Steve Farris ([EMS0131](#)); BMG ([EMS0207](#)); Qq111–2, 136, 150–1, 424, 427, 429–31.

<sup>344</sup> Ibid.

<sup>345</sup> IMPF, Independent Music Publishers International Forum ([EMS0121](#)).

<sup>346</sup> Q111.

<sup>347</sup> Steve Farris ([EMS0131](#)).

<sup>348</sup> Dr. Sasha Valeri Millwood ([EMS0275](#)).

**autorima pjesama i skladateljima, kao i onima u usponu, kako bi imali održive karijere i kako bi poslovanje nezavisnih glazbenih nakladnika ostalo komercijalno isplativo. Kao dio toga i u kontekstu povećane digitalne konzumacije glazbe putem streaminga, potičemo ih da razmotre kako osigurati da pjesma i snimka imaju jednaku vrijednost. Ako je to potrebno, Vlada bi trebala iznijeti prijedloge zakonskih promjena zajedno s uvođenjem pravične naknade za izvođače koja je predložena u odjeljcima 76–7, s ciljem da svi kreativci imaju koristi od ovih reformi.**

## Metapodaci

89. Kada *streaming* servisi pribavljaju odobrenje za korištenje snimljene glazbe, diskografska kuća daje im pravo na korištenje triju ključnih elemenata: imovine (tj. snimke), naslovnice glazbenog izdanja i metapodataka (to su podaci o samoj snimci).<sup>349</sup> Allison Noble sa Sveučilišta Southampton napominje da postoje tri vrste metapodataka koji su važni za *streaming* glazbe.<sup>350</sup> Prvo, postoje opisni metapodaci koji daju pojedinosti o sadržaju snimke, kao što su naziv, album, redni broj, žanr i tako dalje. Drugo, postoje metapodaci o vlasništvu, koji daju pojedinosti o kreativcima, njihovim korporativnim partnerima, ugovornim odredbama koje su međusobno dogovorili, i tako dalje. Treće, postoje metapodaci za preporučivanje, a to su oznake koje servis primjenjuje i neprestano prilagođava koristeći signale kao što su promatrano i kvantificirano ponašanje korisnika, koji omogućuju funkcioniranje sustava preporučivanja na najučinkovitiji način. I opisne metapodatke i metapodatke o vlasništvu generira glazbena industrija prilikom stvaranja i snimanja glazbenog djela.<sup>351</sup> Sve pjesme i snimke dobivaju jedinstvene identifikatore—koji se nazivaju ISWC kôd (*International Standard Musical Works Code*) odnosno ISRC kôd (*International Standard Recording Code*)—koji služe za njihovu autentifikaciju, za razlikovanje u odnosu na druga djela i za izradu kataloga odgovarajućih nositelja prava.<sup>352</sup> Ti podaci su od ključne važnosti za ekonomiku *streaminga* glazbe zbog toga što se na temelju njih određuje tko će dobiti naknadu, od koga, kako i po kojim uvjetima.<sup>353</sup>

90. Postoji široko suglasje u glazbenoj industriji i među glazbenim *streaming* servisima o tome da problemi s metapodacima predstavljaju veliki izazov za učinkovitu i točnu isplatu naknade nositeljima prava. Metapodaci koje *streaming* servisi primaju od glazbene industrije dovode do problema na samom izvoru. To može biti posljedica složenosti glazbenih prava i licenciranja. Zbog toga što se prava na pjesmama i prava na snimkama licenciraju odvojeno te su njihovi nositelji često različiti glazbeni kreativci i trgovačka društva, mnoge diskografske kuće prilikom davanja odobrenja za korištenje glazbe *streaming* servisima ne dostavljaju odgovarajući ISWC kôd, što znači da naknada od *streaminga* glazbe često uopće ne dođe do autora pjesama.<sup>354</sup> Nerijetko do toga dolazi namjerno zbog toga što je to dodatni posao: u svom usmenom iskazu Maria Forte je navela da joj je predstavnik jedne diskografske kuće s kojim je razgovarala rekao „nije me briga za informacije o skladatelju jer to nema nikakve veze sa mnom. Neću promijeniti sustav da bi to činio”.<sup>355</sup> Situacija je još gora kada za jednu pjesmu postoji više snimaka ili obrada (zbog toga što će postojati jedan ISWC kôd za pjesmu, ali različiti ISRC kôdovi za svaku snimku).<sup>356</sup> Konačno, to se često događa sa starijim snimkama iz kataloga diskografskih kuća, kod kojih su papirnate bilješke digitalizirane ili su izgubljene ili uništene na drugi način.<sup>357</sup>

<sup>349</sup> Q132.

<sup>350</sup> Allison Noble ([EMS0115](#)).

<sup>351</sup> Allison Noble ([EMS0115](#)).

<sup>352</sup> Hipgnosis Songs Fund Limited ([EMS0237](#)).

<sup>353</sup> Q132.

<sup>354</sup> Helienne Lindvall ([EMS0112](#)); Hipgnosis Songs Fund Limited ([EMS0237](#)); Q135.

<sup>355</sup> Q135.

<sup>356</sup> Q132.

<sup>357</sup> Q135.

91. Podaci koje daje glazbena industrija često uzrokuju probleme i nositeljima prava. Maria Forte je navela da društva za kolektivno ostvarivanje prava često moraju smišljati načine kako će raspodijeliti prihode nakladnicima, autorima pjesama i skladateljima koristeći samo ISRC kôdove umjesto odgovarajućih ISWC kôdova, ili metapodatke koji su nerazumljivi ili koje nije moguće obraditi.<sup>358</sup> Sama količina *streamova* (pa time i podataka) nadalje otežava ovaj problem.<sup>359</sup> Konačno, sami *streaming* servisi često stvaraju barijere za dostavljanje ispravnih metapodataka ili za osporavanje loših metapodataka, primjerice, tražeći da takve zahtjeve postavi isključivi nositelj prava ili zastupnik. To onemogućuje interveniranje od strane tzv. zabrinutih građana kao trećih osoba i nepraktično je kada postoji više izvođača i/ili autora pjesama ili skladatelja, kao što je slučaj s klasičnom glazbom.<sup>360</sup>

92. Međutim, sami *streaming* servisi zatražili su da se pronade rješenje za loše metapodatke. ERA je potvrdila da problem postoji, pišući sljedeće:

Neovisno o tome radi li se o lošoj kvaliteti industrijskih metapodataka koja uzrokuje kašnjenja, načinu na koji se prihodi od neidentificiranih *streamova* dijele, zastoja u plaćanju ili sporim plaćanjima i visokim postocima provizija u nekim društvima za kolektivno ostvarivanje prava, postoji mnoštvo važnih koraka koji bi mogli pomoći glazbenoj industriji da što je moguće bolje iskoristi prilike koje joj daje *streaming*.<sup>361</sup>

Slično tome, YouTube je u svom pisanom podnesku pozvao donositelje politika da „riješe probleme s podacima koji haraju glazbenim licenciranjem; loši ili nepostojeći podaci o vlasništvu uzrokuju nepotrebne rizike i troškove za glazbene servise i sprječavaju pravodobnu i točnu isplatu tantijema autorima pjesama i nakladnicima” i da „razmotre razvijanje sveobuhvatne baze podataka o vlasništvu glazbenih djela i snimaka zvuka koja bi se na koristan način mogla primjenjivati u svim područjima glazbenog licenciranja”.<sup>362</sup>

93. U najboljem slučaju, loše spareni, nepotpuni ili nepostojeći metapodaci mogu dovesti do kašnjenja u plaćanju tantijema kreativcima u trajanju od više mjeseci ili čak godina.<sup>363</sup> U najgorem slučaju, to može dovesti do plaćanja pogrešnim osobama<sup>364</sup> ili usmjeravanja nezatraženih tantijema ili tantijema koje se ne mogu nikome pripisati u tzv. „crne fondove”.<sup>365</sup> Samo 2019. godine u crnim fondovima nalazilo se 2,5 milijardi \$ neraspodijeljenih prihoda.<sup>366</sup> Nakon određenog vremena, crni fondovi se po razmjernom modelu dodjeljuju ispravno identificiranim *streamovima*, što je uređeno standardnim nakladničkim ugovorima.<sup>367</sup> To znači da se kreativcima i trgovačkim društvima, naročito onim najslušanijima, praktički plaća dva puta: jednom za njihove vlastite *streamove*, a zatim za *streamove* koji se ne mogu nikome pripisati.<sup>368</sup> Društvo za kolektivno ostvarivanje izvođačkih prava Phonographic Performance Limited (PPL) relativno je nedavno promijenilo način raspodjele prihoda iz crnih fondova: Peter Leatham, PPL-ov glavni izvršni direktor, rekao nam je da se izvođački udio u ponovno raspodijeljenim prihodima sada uplaćuje za svrhe kao što je fond Momentum, čiji je cilj identificiranje i pružanje potpore umjetnicima u usponu (međutim, potrebno je napomenuti da diskografi ne

---

<sup>358</sup> Q132.

<sup>359</sup> Q132.

<sup>360</sup> Dr. Sasha Valeri Millwood ([EMS0275](#)).

<sup>361</sup> Entertainment Retailers Association ([EMS0081](#)).

<sup>362</sup> YouTube ([EMS0144](#)).

<sup>363</sup> Q132; Anna Neale ([EMS0058](#)); Entertainment Retailers Association ([EMS0081](#)).

<sup>364</sup> Helienne Lindvall ([EMS0112](#)).

<sup>365</sup> The Ivors Academy of Music Creators ([EMS0197](#)); dr. Jay Mogis ([EMS0256](#)).

<sup>366</sup> Qa113 [José Luis Sevillano], 141.

<sup>367</sup> Qq142 [Maria Forte], 149; Helienne Lindvall ([EMS0112](#)); The Ivors Academy of Music Creators ([EMS0197](#)).

<sup>368</sup> The Ivors Academy of Music Creators ([EMS0197](#)).

doprinosu fondu Momentum).<sup>369</sup> Sa svoje strane, Vlada je (ili bi trebala biti) svjesna tih problema: u izvješću iz 2019. godine pod nazivom „Music 2025“, koje je naručeno radi analiziranja tzv. „dileme glazbenih podataka“, ukratko je rečeno da različiti čimbenici ozbiljno utječu na digitalni vrijednosni lanac, uključujući „do sada neviđene količine podataka koje se stvaraju, različite brzine protoka podataka, eksponencijalni porast različitih izvora podataka, manjak povjerenja u istinitost informacija i poteškoće s pristupom“; konkurirajuće podatkovne protokole; različite podatkovni standarde; i preferiranje zatvorenih silosa podataka”.<sup>370</sup>

**94. Problemi s metapodacima još više kompliciraju loše uvjete po kojima se kreativcima isplaćuje naknada. Iako je izazov velik, nije nepremostiv. Prvo, Vlada mora obvezati diskografske kuće da daju metapodatke za pjesmu koja se nalazi na snimci kada daju odobrenje za korištenje snimke streaming servisima. Drugo, trebala bi svim raspoloživim sredstvima natjerati industriju da uspostavi minimalni održivi standard za podatke u sljedeće dvije godine kako bi se osiguralo da servisi stave na raspolaganje podatke koji će biti upotrebljivi i usporedivi između svih servisa. Treće, trebala bi surađivati s industrijom kako bi se zaustavila praksa raspodjele sredstava iz crnih fondova po razmjernom modelu te kako bi se, umjesto toga, propisale obveze za društva za kolektivno ostvarivanje prava da te prihode reinvestiraju u industriju, primjerice, pružanjem potpore talentiranim kreativcima ili razvojem rješenja za probleme s raspodjelom prihoda. Vlada bi istovremeno trebala naložiti istražnu reviziju crnih fondova kako bi se razjasnilo što je doista nemoguće raspodijeliti, a što je pogrešno raspodijeljeno ili neraspodijeljeno zbog nedostatka volje. Konačno, Vlada bi trebala istražiti je li stvaranje ili naručivanje sveobuhvatne baze podataka glazbenih djela praktično i naložiti Uredu za intelektualno vlasništvo da koordinira rad industrije na registracijskom portalu, kako bi nositelji prava mogli nužnim dionicima lako staviti na raspolaganje točne podatke o pravima.**

## Lanci tantijema

95. Složenost načina na koji se prava na pjesmi licenciraju i na koji se tantijeme naknadno obrađuju pogoršava probleme vezane uz isplatu naknade autorima pjesama. Licenciranje prava na pjesmi složenije je od licenciranja prava na snimci za isti zapis. Prava na snimci u UK-u licenciraju se izravno; kao takva, kada se snimka preslušava i servis je naknadno utvrdio kako prihodi trebaju biti raspodijeljeni, novac se raspodjeljuje diskografskim kućama ili distributerima glavnih izvođača, te oni naknadno plaćaju izvođačima sukladno odredbama u njihovim međusobnim ugovorima. Taj postupak naziva se lanac tantijema. U pogledu prava na pjesmi, međutim, taj postupak je drukčiji. Prvo, između *streaming* servisa i autora pjesme ili skladatelja može biti puno više osoba nego između servisa i izvođača. To može biti jedno ili više društava za kolektivno ostvarivanje prava, nakladnika i podnakladnika i/ili subjekata posebne namjene (zajedničkih poslovnih pothvata između društava za kolektivno ostvarivanje prava i nakladnika).<sup>371</sup> Drugo, *stream* iskorištava i mehanička prava i prava izvođenja u vezi s pjesmom; obično se jedan autor pjesme/skladatelj plaća kroz dva odvojena lanca za svako od njih, pri čemu se 50 posto raspodjeljuje za mehanička prava (uključujući autorske tantijeme) koja se u cijelosti prvo plaćaju nakladniku.<sup>372</sup> Treće, u ugovoru sklopljenom s autorom pjesme ili skladateljem može biti navedeno da on prima dio nakladnikovog udjela u zaradi koju plaća njihovo društvo za ostvarivanje kolektivnih prava, koji se plaća putem nakladnika, a ne putem društva.<sup>373</sup> To,

<sup>369</sup> Qq208–9.

<sup>370</sup> Allison Noble (EMS0115); Intellectual Property Office, [Music 2025: The Music Data Dilemma: issues facing the music industry in improving data management](#) (18. lipnja 2019.).

<sup>371</sup> Chris Cooke, *Dissecting the Digital Dollar*, 3. izdanje (Wrocław, 2020), str. 196–9.

<sup>372</sup> Chris Cooke, *Dissecting the Digital Dollar*, 3. izdanje (Wrocław, 2020), str. 201–2.

<sup>373</sup> Chris Cooke, *Dissecting the Digital Dollar*, 3. izdanje (Wrocław, 2020), str. 197–8.

barem za autore i skladatelje iz UK-a, znači da će za jedan *stream* vjerojatno postojati tri lanca tantijema.<sup>374</sup>

96. Kao posljedica tih poteškoća, autori pjesama i skladatelji suočeni su s nekoliko problema koji utječu na to kada će im naknada biti isplaćena i kolika će ona biti.<sup>375</sup> Prvo, te poteškoće pogoršavaju postojeće probleme s metapodacima. ICE, centar za digitalno licenciranje koji je u suvlasništvu društva PRS for Music, švedskog društva za kolektivno ostvarivanje prava STIM i njemačkog društva za kolektivno ostvarivanje prava GEMA, procjenjuje da je 2019. godine samo u Europi preko 100 milijuna € tantijema bilo nepripisano.<sup>376</sup> Drugo, slijevanjem novca kroz te lance, doći će do odbitaka. Tu se može raditi o naknadama i administrativnim troškovima koje obračunavaju društva za kolektivno ostvarivanje prava ili udjelima u prihodima koje traže korporativni partneri sukladno ugovornim odredbama.<sup>377</sup> Treće, može doći i do kašnjenja koje će najčešće i najviše utjecati na kreativce koji se nalaze na dnu tih lanaca. Autori pjesama i skladatelji, zbog toga što su na dnu dužih ili složenijih lanaca, obično će čekati dulje od izvođača na primitak svojih tantijema: dok izvođači mogu čekati više mjeseci da prime tantijeme za prijenose njihovih djela *streamingom*, autori pjesama mogu čekati i više godina.<sup>378</sup> Do kašnjenja u bilo kojem od tri lanca za samo jednu pjesmu može također doći i u različitim stadijima, što znači da autor pjesme ili skladatelj možda u istom trenutku neće primiti cijelu naknadu za ukupni broj *streamova* jedne snimke u nekom razdoblju.<sup>379</sup> Nadalje, mogu postojati sukobi i/ili revizije vezane uz vlasništvo tantijema ili podataka. Manjak transparentnosti znači da do sukoba često dolazi bez znanja kreativaca, što znači da se kreativci oslanjaju na osobe koje postupaju u njihovo ime i za njihov račun, a koje se nalaze iznad njih u lancu. Konačno, dodatne slojeve konfuzije, poteškoća i potencijala za sporove oko prava i pogrešnu raspodjelu tantijema dodaju i industrijske norme.<sup>380</sup> To uključuje razlike u licenciranju prava na pjesmi u različitim zemljama, regijama i autorskopравnim sustavima ili običaje vezane uz naknadu za prava na pjesmi. Music Managers' Forum i Featured Artists' Coalition procjenjuju da je između 20 i 50 posto autorskih tantijema ili pogrešno raspodijeljeno ili neraspodijeljeno zbog nepotpunih, nepostojećih ili netočnih podataka, izgubljeno zbog odbitaka ili kasne godinama zbog spomenutih nedostataka.<sup>381</sup>

97. **Licenciranje i lanci tantijema vezani uz prava na pjesmi uzrok su brojnih zabuna i poteškoća u sustavu, a cijenu toga plaćaju autori pjesama i skladatelji. Ne postoji jedinstveno rješenje za stvaranje učinkovitijih i pravodobnijih lanaca tantijema, ali Vlada može surađivati s industrijom kako bi se postupak pojednostavio. Vlada bi od svih nakladnika i društava za kolektivno ostvarivanje prava trebala zahtijevati da objavljuju informacije o lancima tantijema radi postizanja transparentnosti kako bi kreativci mogli znati koliko se novca slijeva kroz sustav i gdje nastaju problemi. To bi trebalo činiti periodički na način koji bi bio praktičan i koristan drugim dionicima, uključujući druga društva za kolektivno ostvarivanje prava i nakladnike. Također bi od nakladnika i društava za kolektivno ostvarivanje prava trebala zatražiti da uspostave učinkovite i praktične sustave alarmiranja kojima bi se kreativci i zastupnici informirali o sukobima vezanima uz podatke. Konačno, Vlada bi trebala iskoristiti veličinu tržišta UK-a kako bi istražila mogu li donositelji politika**

<sup>374</sup> Chris Cooke, *Dissecting the Digital Dollar*, 3. izdanje (Wrocław, 2020), str. 203; Music Managers Forum and Featured Artists Coalition ([EMS0128](#)).

<sup>375</sup> Music Managers Forum and Featured Artists Coalition ([EMS0128](#)).

<sup>376</sup> Music Managers Forum and Featured Artists Coalition ([EMS0128](#)).

<sup>377</sup> Chris Cooke, *Dissecting the Digital Dollar*, 3. izdanje (Wrocław, 2020), str. 205.

<sup>378</sup> Will Page ([EMS0166](#)).

<sup>379</sup> Chris Cooke, *Dissecting the Digital Dollar*, 3. izdanje (Wrocław, 2020), str. 203.

<sup>380</sup> Chris Cooke, *Dissecting the Digital Dollar*, 3. izdanje (Wrocław, 2020), str. 185-6.

<sup>381</sup> Music Managers Forum and Featured Artists Coalition ([EMS0128](#)).

***omogućiti postizanje dogovora o globalnom licenciranju diljem svijeta, uključujući u trgovinskim ugovorima, čime bi se pružila potpora kreativcima i u zemlji i u inozemstvu.***



## 5. Tržište glazbenih prava

---

98. Iako su kreativci i poslovni subjekti koji su im podrška najbitniji i najvažniji dio glazbene industrije, potporu im često pružaju i različiti korporativni i poslovni partneri koji im daju stručnu podršku, resurse, investicije i pristup tržištu s ciljem razvitka karijere određenog kreativca.<sup>382</sup> Kada postoji ugovor s kreativcem, tu su uključene diskografske kuće koje ulažu u kreativce i pomažu im u iskorištavanju njihovih prava na snimci, kao i nakladnici, koji ulažu u pjesme i pomažu im u iskorištavanju prava na pjesmama.

99. Diskografska i nakladnička industrija sastavljene su od mnoštva različitih poslovnih subjekata koji pružaju čitav niz usluga. Najveći takvi poslovni subjekti su takozvane „velike“ glazbene kompanije, koje su poznate pod nazivom „Velika trojka“. To su: Universal Music Group i njezina nakladnička kompanija Universal Music Publishing Group (UMPG); Sony Music i Sony Music Publishing (ranije Sony/ATV Music Publishing); i Warner Music Group i povezano nakladničko društvo Warner Chappell Music. AIM i IMPF definiraju veliku diskografsku kuću i/ili glazbenog nakladnika kao „multinacionalnu kompaniju koja (zajedno s trgovačkim društvima iz svoje grupacije) drži više od pet posto svjetskog diskografskog tržišta ili tržišta glazbenog nakladništva; u suprotnom, trgovačko društvo smatra se nezavisnim.“<sup>383</sup> Osim velikih kompanija, postoji i čitav niz većih multinacionalki, kao što su Beggars Group i BMG, te tisuće srednjih i malih poduzetnika (uključujući izvođače koji samostalno objavljuju, autore pjesama i skladatelje i „diskografske kuće s jednim izvođačem“), koji se međusobno razlikuju kroz paletu specijaliziranih usluga koje pružaju ovisno o žanru ili zemljopisnoj lokaciji, poštenom poslovanju, i tako dalje.<sup>384</sup>

100. U ovom Poglavlju prvo ćemo opisati kako se glazbena industrija konsolidirala tijekom i nakon razdoblja digitalnog piratstva u nekoliko posljednjih desetljeća i trenutno stanje na tržištu. Potom ćemo razmatrati implikacije za tržišno natjecanje i sukobe interesa vezane uz stjecanje prava, licenciranje glazbe i udjele u prihodima. Naposljetku ćemo pozornost posvetiti poteškoćama kreativaca vezanima uz transparentnost i načinima na koji je na to pitanje odgovoreno u drugim pravnim sustavima.

### Konsolidacija

#### *Nedavni trendovi*

101. U posljednjih dvadeset godina tržišni udio velikih kompanija postao je sve koncentriraniji. Uništavanje glazbene industrije digitalnim piratstvom rezultiralo je duljim razdobljem konsolidacije na tržištu;<sup>385</sup> treba spomenuti da je svaka od tri trenutna velike glazbene kompanije spojena sa ili je kupila neku od ostalih „velikih šest“ kompanija (PolyGram, Bertelsmann Music Group (BMG) i EMI Group Ltd) čije dionice su kotirale na burzi 1990.-tih godina. 1998. godine, PolyGram je kupljen od strane Seagrama, društva majke Universalala, za 10,6 milijardi \$ i stopljen je s Universalovim odjelom za glazbu i zabavu<sup>386</sup> (iako je Universal nedavno ponovno oživio brend PolyGram za svrhu novih filmskih i

---

<sup>382</sup> CMU ([EMS0183](#)).

<sup>383</sup> IMPF, Independent Music Publishers International Forum ([EMS0121](#)).

<sup>384</sup> IMPF, Independent Music Publishers International Forum ([EMS0121](#)); Qq332–3 [Paul Pacifico].

<sup>385</sup> BMG ([EMS0207](#)).

<sup>386</sup> [“Seagram buys PolyGram from Philips for \\$10.6bn”](#), The Independent (21. svibnja 1998.).

TV projekata).<sup>387</sup> BMG, tada u vlasništvu europske medijske kompanije Bertelsmann, 2004. godine spojio je svoje diskografsko poslovanje u poslovnom pothvatu sa Sonyjem, čime su Universal i novoosnovani Sony BMG dobili zajednički tržišni udio od 51,1%.<sup>388</sup> Sony je 2008. godine naposljetku otkupio Bertelsmannov udio u zajedničkom pothvatu za 1,2 milijardu \$<sup>389</sup> (s time da je potonji iste godine ponovno pokrenuo BMG s manjim brojem europskih izvođača koje je kompanija zadržala).<sup>390</sup> Od 2012. godine, EMI je raskomadani i različite dijelove njegovog poslovanja kupili su Universal, Sony i Warner, pri čemu je Universal kupio njegovo diskografsko poslovanje za 1,9 milijardu \$ (od kojeg je većina regionalnih i klasičnih kataloga i diskografskih kuća potom prodana Warneru za 765 milijuna \$), a Sony je kupio njegovo nakladničko poslovanje za 2,2 milijarde \$.<sup>391</sup>

102. Čak i nakon što je glazbena industrija ponovno počela rasti s pojavom *streaminga*, velike glazbene kompanije nastavile su kupovati konkurente. U posljednjih pet godina veliki su kupili britanske nezavisne kompanije, kao što su Ministry of Sound Recordings 2016. godine (kupio ju je Sony Music),<sup>392</sup> ZTT, Stiff Records i nakladnik Perfect Songs 2017. godine (kupio ih je Universal)<sup>393</sup> i glazbeno-kazališnu diskografsku kuću First Night Records (kupio ju je Warner) 2019. godine.<sup>394</sup> Samo nekoliko tjedana nakon što smo prosljedili poruku koju nam je e-poštom poslala pjevačka ikona Sandie Shaw odgovornim osobama u velikim glazbenim kompanijama u UK-u, u kojoj je navedeno da se „britanske diskografske kuće otkupljuju, 'naši kraljevski dragulji [...] su nestali' i 'trenutno ne postoji nešto što bi se zvalo diskografskom industrijom u UK-u'”,<sup>395</sup> Sony Music je objavio svoju namjeru da kupi dvije kompanije sa sjedištem u Londonu (trgovačko društvo za usluge vezane uz snimljenu glazbu AWAL i agenciju za kolektivno ostvarivanje izvođačkih prava Kobalt Neighbouring Rights) od društva Kobalt Music Group po cijeni od 430 milijuna \$.<sup>396</sup> U odgovoru na to glavni izvršni direktor AIM-a Paul Pacifico rekao nam je da „potpuno razumije Sandieino stajalište“ i da se „umjetnici i poduzetnici u području glazbe jednako moraju pobrinuti da mali, borbeni dio tržišta dobije podršku koju treba za nastavak zadavanja udaraca jačima od sebe”.<sup>397</sup> G. Pacifico također je upozorio na to da kupovanje nezavisnih kuća od strane velikih „nije problematično samo po sebi, sve dok su tržišni uvjeti takvi da nove mogu nicati i nastaviti rasti”.<sup>398</sup> IMPF je slično tome upozorio da „spajanja i preuzimanja znače manji broj trgovačkih društava, čime se oslabljuje pregovarački položaj nezavisnih glazbenih nakladnika”.<sup>399</sup> Od 2014. godine, Worldwide Independents' Network, globalna mreža nezavisnih glazbenih kompanija, zavjetovala se u svojoj Deklaraciji o poštenim digitalnim ugovorima:

Protivimo se daljnjoj konsolidaciji sektora snimljene glazbe, nakladništva i radija, jer je to loše za nezavisne glazbene kompanije, njihove izvođače i obožavatelje, budući da smanjuje mogućnost pristupa tržištu i izbor potrošača.

<sup>387</sup> [“Universal revives Polydor brand to handle new movie and TV projects”](#), Music Business Worldwide (12. veljače 2017.).

<sup>388</sup> [“Sony and BMG merger backed by EU”](#), BBC News (19. srpnja 2004.).

<sup>389</sup> [“Sony goes solo in music venture”](#), BBC News (5. kolovoza 2008.).

<sup>390</sup> [“Bertelsmann takes full control of BMG music rights unit”](#), BBC News (1. ožujka 2013.).

<sup>391</sup> [“EMI sold to Vivendi and Sony in \\$4.1B deals”](#), CBC (11. studenog 2011.).

<sup>392</sup> [“Sony Music buys Ministry Of Sound Recordings”](#), Complete Music Update (11. kolovoza 2016.).

<sup>393</sup> [“Universal Music snaps up UK record labels ZTT and Stiff Records”](#), The Guardian (19. prosinca 2017.).

<sup>394</sup> [“Warner Music Group acquires First Night Records”](#), Music Week (15. srpnja 2019.).

<sup>395</sup> Q331 [Damian Green MP].

<sup>396</sup> [“Sony Music buys AWAL and Kobalt Neighbouring Rights from Kobalt Music Group”](#), Music Business Worldwide (1. veljače 2021.).

<sup>397</sup> Qq412.

<sup>398</sup> Qq413.

<sup>399</sup> IMPF, Independent Music Publishers International Forum ([EMS0121](#)).

i:

Podržavamo inicijative koje se protive zloupotrebama tržišta i čiji je cilj prilagoditi zakon o zaštiti tržišnog natjecanja kako bi se ohrabrio ulazak nezavisnih na tržište i potakli kolektivni odgovori nezavisnih na ponašanje velikih kompanija koje potencijalno predstavlja nepošteno tržišno natjecanje.<sup>400</sup>

103. Takva kontinuirana konsolidacija zapela je za oko regulatornih agencija u UK-u. Tijelo za tržišno natjecanje i tržišta (CMA) nedavno je započelo istragu vezanu uz Sonyjevu završenu akviziciju trgovačkih društava AWAL i Kobalt Neighbouring Rights, nakon dostave prvotnog rješenja o ovrsi dana 17. svibnja 2021.<sup>401</sup> U odgovoru na to g. Pacifico rekao je sljedeće:

Tijekom nekoliko posljednjih godina došlo je do postupnog prelaska na glazbeno tržište u kojem nekoliko dominantnih igrača ima nerazmjern utjecaj. Svaki korak u tom smjeru se računa te je ključno za buduće zdravlje tržišta pobrinuti se da svi igrači mogu sudjelovati na meritokratskoj osnovi.<sup>402</sup>

Helen Lewis, izvršna predsjednica udruge Independent Music Companies Association (IMPALA), europske strukovne udruge malih i srednjih glazbenih trgovačkih društava, slično je rekla za Complete Music Update:

Pozdravljamo istragu o ovoj akviziciji jer ona vodi daljnjoj koncentraciji na tržištu glazbe i dio je šireg poteza Sonyja da kupi značajne nezavisne igrače na ključnim tržištima. Očekujemo da će istraga pokriti tržišta glazbe i u fizičkom i u digitalnom obliku i utjecaj na konkurente, digitalne servise i obožavatelje, koji su time na gubitku.<sup>403</sup>

## Stanje na tržištu

### Snimanje i nakladništvo

104. Iako diskografska kuća i glazbeni nakladnik za snimku i pjesmu odnosno skladbu koja se nalazi na njoj mogu biti različita trgovačka društva, važno je napomenuti da se većina trgovačkih društava bavi i poslovnom djelatnošću vezanom uz snimanje i poslovnom djelatnošću vezanom uz nakladništvo. Tri velike glazbene grupacije posluju i u diskografskoj i u nakladničkoj industriji bilo pod vlastitim brendovima ili kroz povezana trgovačka društva ili brendove; kroz te oblike poslovanja veliki dominiraju i na diskografskom i na nakladničkom tržištu u cijelom svijetu i u UK-u.<sup>404</sup> Iako su te dvije poslovne djelatnosti obično odvojene jedna od druge,<sup>405</sup> u konačnici odgovaraju istom korporativnom vodstvu (doista, Sony Corp nedavno je restrukturirao svoje glazbeno poslovanje kako bi se više uskladilo sa Sony Music Entertainment i Sony/ATV pod tada novom, ujedinjenom grupacijom Sony Music Group).<sup>406</sup> Povrh toga, taj trend prisutan je ne samo kod velikih. Nedavna anketa provedena među članovima AIM-a pokazala je da 89 posto nezavisnih diskografskih kuća ima poslovne interese ne samo u

<sup>400</sup> Association of Independent Music ([EMS0157](#)).

<sup>401</sup> Tijelo za tržišno natjecanje i tržišta, [Sony Music Entertainment/Kobalt Music Group merger inquiry](#), posljednji posjet 2. lipnja 2021.

<sup>402</sup> [“CMA to investigate Sony Music’s acquisition of AWAL”](#), Music Week (19. svibnja 2021.).

<sup>403</sup> [“UK competition regulator to investigate Sony’s AWAL purchase”](#), Complete Music Update (19. Svibanj 2021.).

<sup>404</sup> The Ivors Academy of Music Creators ([EMS0197](#)).

<sup>405</sup> [“Revamp of Sony’s entertainment business could more closely align Sony Music with Sony/ATV”](#), Complete Music Update (12. prosinca 2016.).

<sup>406</sup> [“Rob Stringer to run new Sony Music Group, housing publishing and records, from August 1”](#), Music Business Worldwide (17. srpnja 2019.).

snimanju, pri čemu je 81 posto prijavilo interes za nakladništvo (kao i 46 posto njih koji sudjeluju u menadžmentu umjetnika i 35 posto njih koji su sami po sebi kreativci).<sup>407</sup>

### Usluge distribucije

105. Istraživanja su također pokazala da je *streaming* zaslužan za povijesni rast broja kreativaca koji izdaju glazbu bez ugovora s diskografskom kućom. Dokazi koje smo primili od MIDiA Research pokazuju da je zaključno s 3. kvartalom 2020. godine bilo preko 4,7 milijuna umjetnika koji su samostalno izdavali glazbu, od kojih je njih 340.000 bilo iz UK-a.<sup>408</sup> Nadalje, umjetnici koji samostalno objavljuju glazbu su sve uspješniji, a njihovi prihodi rastu brže nego u bilo kojem drugom sektoru vezanom uz snimanje glazbe u svijetu, i to po stopi od 32% 2019. godine ostvarivši 4,1 posto svih prihoda globalno, a prognozirano je da su samo 2020. godine ostvarili 825 milijuna £.<sup>409</sup> Kreativci bez diskografske kuće koji žele objavljivati glazbu na *streaming* servisima moraju izdati glazbu preko distributera. Mnogi distributeri su nezavisni, kao što su TuneCore, DistroKid i CD Baby. Međutim, rast broja umjetnika koji samostalno objavljuju glazbu i udjela prihoda koji su počeli ostvarivati potaknuo je intervenciju od strane velikih glazbenih grupacija. Svaki od velikih igrača pokrenuo je ili kupio jednog ili više distributera kako bi iskoristili to tržište. Sony Music je 2012. godine prvotno kupio većinski udio u trgovačkom društvu za distribuciju glazbe i pružanje usluga izvođačima i diskografima koje je poslovalo i s trgovcima koji se bave fizičkom i digitalnom maloprodajom The Orchard, a preostali udio 2015. godine za prijavljenih 200 milijuna \$.<sup>410</sup> Warner je 2012. godine pokrenuo ADA-u, trgovačko društvo za sveobuhvatne usluge vezane uz fizičku i digitalnu distribuciju, a 2018. godine pokrenuo je Level, digitalnog distributera.<sup>411</sup> Universal trenutno vodi tri: Spinnup, digitalnog distributera pokrenutog 2013. godine,<sup>412</sup> Virgin Music Label & Artist Services, distributera za nezavisne diskografe (koji je ove veljače pokrenut u sklopu ponovnog brendiranja njegovog prethodnog servisa Caroline Distribution, kako bi se iskoristio brend Virgin Records); i Ingrooves, trgovačko društvo za distribuciju i pružanje usluga umjetnicima, kupljeno 2019. godine.<sup>413</sup>

<sup>407</sup> Association of Independent Music ([EMS0157](#)).

<sup>408</sup> MIDiA Research ([EMS0073](#)).

<sup>409</sup> MIDiA Research ([EMS0073](#)).

<sup>410</sup> "[The Orchard is a totally unique proposition in the music business](#)", Music Business Worldwide (15. srpnja 2019.).

<sup>411</sup> "[Warner quietly launches free TuneCore rival for unsigned artists](#)", Music Business Worldwide (11. svibnja 2018.).

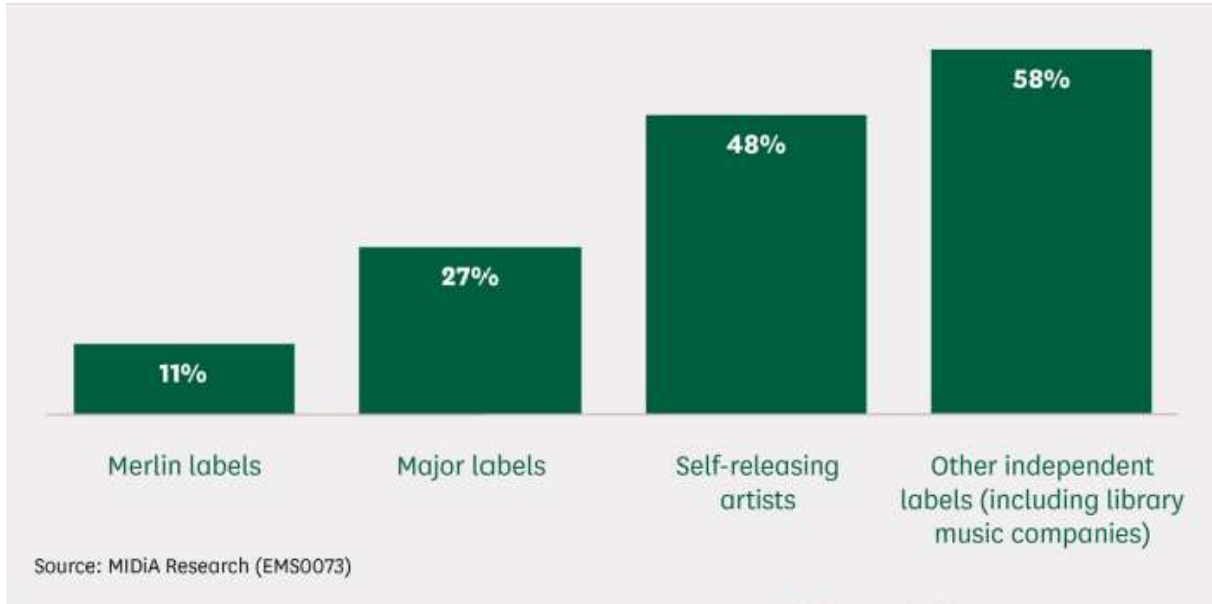
<sup>412</sup> "[Universal-backed digital distribution and A&R platform Spinnup launches in the UK](#)", Complete Music Update (8. srpnja 2014.).

<sup>413</sup> "[Universal launches Virgin Music Label & Artist Services around the world, rebranding Caroline and Caroline International](#)", Music Business Worldwide (18. veljače 2021.).

**Godišnji rast *streaminga* na Spotifyju po vrsti diskografske kuće, 2019.**

**Godišnji rast *streaminga* na Spotifyju po vrsti diskografske kuće, 2019.**

Izvođači koji samostalno objavljuju glazbu predstavljali su 4,1% globalnog tržišta snimljene glazbe 2019. godine te će ostvariti 825 milijuna £ tijekom 2020.



**Izvođači koji samostalno objavljuju glazbu predstavljali su 4,1% globalnog tržišta snimljene glazbe 2019. godine te će ostvariti 825 milijuna £ tijekom 2020.**

*Vlasništvo na dionicama i uzajamno vlasništvo*

106. Osim udjela u djelatnostima snimanja, nakladništva i distribucije, nekoliko velikih imaju i komercijalne udjele u samim *streaming* servisima. Na ljeto 2008. godine Spotify je ponudio dionice u vrijednosti od ukupno 18% vlasničkog udjela tadašnjim četirima velikim glazbenim grupacijama i Merlinu, agenciji za kolektivno ostvarivanje i licenciranje digitalnih prava za nezavisne diskografske kuće, u zamjenu za ulaganje od 8.804,40 €. <sup>414</sup> Kroz to ulaganje, Sony je dobio 6 posto udjela u Spotifyju, Universal je dobio 5 posto (a kasnije je kupio dodatnih 2 posto, nakon što je kupio EMI-jevo diskografsko poslovanje, Warner je dobio 4 posto, a Merlin je dobio 1 posto.

107. Nakon što je Spotify izlistan na Newyorškoj burzi u travnju 2018. godine, uz tržišnu kapitalizaciju od preko 28,5 milijardi \$, Sony je prodao 50 posto svojih dionica za 750 milijuna \$, a Warner je prodao 75 posto svojih dionica za približno 400 milijuna \$. <sup>415</sup> I Sony i Warner prosljedili su izvođačima dio dobiti „po istoj osnovi po kojoj dijelimo prihode od stvarne uporabe i neraspodijeljene prihode od digitalnih izvođenja” (eng. *digital breakage*). <sup>416</sup> Sony je potvrdio da je s izvođačima podijeljeno preko 250 milijuna \$ <sup>417</sup>, dok iz pisanih podnesaka proizlazi da je Warner izvođačima platio 25 posto podložno

<sup>414</sup> [“Here’s exactly how many shares the major labels and Merlin bought in Spotify and what we think those stakes are worth now”](#), Music Business Worldwide (14. svibnja 2018.).

<sup>415</sup> [“Here’s exactly how many shares the major labels and Merlin bought in Spotify and what we think those stakes are worth now”](#), Music Business Worldwide (14. svibnja 2018.).

<sup>416</sup> [“Warner, Sony To Pay Artists Profits From Sales Of Spotify Shares”](#), Music Row (5. veljače 2016.).

<sup>417</sup> Q251 [Jason Iley].

nadoknadi predujmova.<sup>418</sup> S 2021. godinom Merlin<sup>419</sup> i Warner potpuno su se povukli iz Spotifyja, iako je potonji i dalje zadržao „mali udio“ u Deezeru, „važnoj platformi u drugim zemljama“.<sup>420</sup> Spotifyjeva tržišna vrijednost od tada se gotovo udvostručila, dosegnuvši vrhunac od 54,55 milijardi \$ u srpnju 2020. godine; Universal, koji još nije prodao ni dio svojeg udjela (ali čiji je udio navodno pao na 3,5 posto zbog izdavanja novih dionica), sada drži udio u vrijednosti od preko 1,6 milijardu \$.<sup>421</sup> Međutim, potrebno je napomenuti da nakladnici, za razliku od diskografskih kuća koje su bile pozvane investirati u *streaming* servise, nisu bilo pozvani to učiniti. To je naposljetku utjecalo na iznos naknade nositeljima prava na pjesmama, budući da autori pjesama i skladatelji nisu dobivali nikakve koristi, za razliku od izvođača koji su dobili barem nešto od Warnerove i Sonyjeve prodaje dionica.

108. Međutim, vlasništvo velikih glazbenih grupacija na dionicama kompliciraju različiti slučajevi uzajamnog vlasništva između njih (i njihovih društava majki). Dok je Vivendi većinski dioničar u Universal Music Group, 20 posto trgovačkog društva u vlasništvu je Tencent Holdings, tehnološki usmjerenog multinacionalnog kineskog holding društva (taj udio povećan je s deset posto kroz opciju u originalnoj akviziciji nakon što je naša istraga počela).<sup>422</sup> Osim njegovog udjela u Universalu, Tencent Holdings također ima i udio od dva posto u Warner Musicu.<sup>423</sup> Međutim, i Warner i Sony Music vlasnici su udjela od četiri posto u društvu kćeri Tencent Holdingsa pod nazivom Tencent Media Entertainment, koje razvija glazbene *streaming* servise QQ Music, Kugou i Kuwo, koji trenutno dominiraju kineskim tržištem.<sup>424</sup> Nedavno su Tencent Music Entertainment i Spotify dogovorili međusobno razmijeniti usporedive udjele jedan u drugome, pri čemu je Tencent Holdings kupio dodatni udio kako bi nadoknadio razliku u vrednovanju dvaju trgovačkih društava, s ciljem da ta trgovačka društva ostvare bolju poziciju u pregovorima s velikim glazbenim grupacijama.<sup>425</sup> Posljedično tome, Tencent Music Entertainment sada je vlasnik udjela od 9,2 posto u Spotifyju, dok Spotify slično tome ima udio od 9,1 posto u Tencent Music Entertainment.<sup>426</sup>

---

<sup>418</sup> The Ivors Academy of Music Creators ([EMS0197](#)).

<sup>419</sup> [“Here’s exactly how many shares the major labels and Merlin bought in Spotify and what we think those stakes are worth now”](#), Music Business Worldwide (14. svibnja 2018.).

<sup>420</sup> Q251 [Tony Harlow].

<sup>421</sup> [“Universal’s stake in Spotify is worth over \\$1.6 billion... but it’s got no plans to sell up”](#), Music Business Worldwide (3 August 2020); kampanja #BrokenRecord ([EMS0218](#)).

<sup>422</sup> [“Chinese tech firm increases stake in Universal Music to 20%”](#), The Guardian (18. prosinca 2020.).

<sup>423</sup> [“Warner Music signs fresh China licensing deal with Tencent”](#), Financial Times (22. ožujka 2021.).

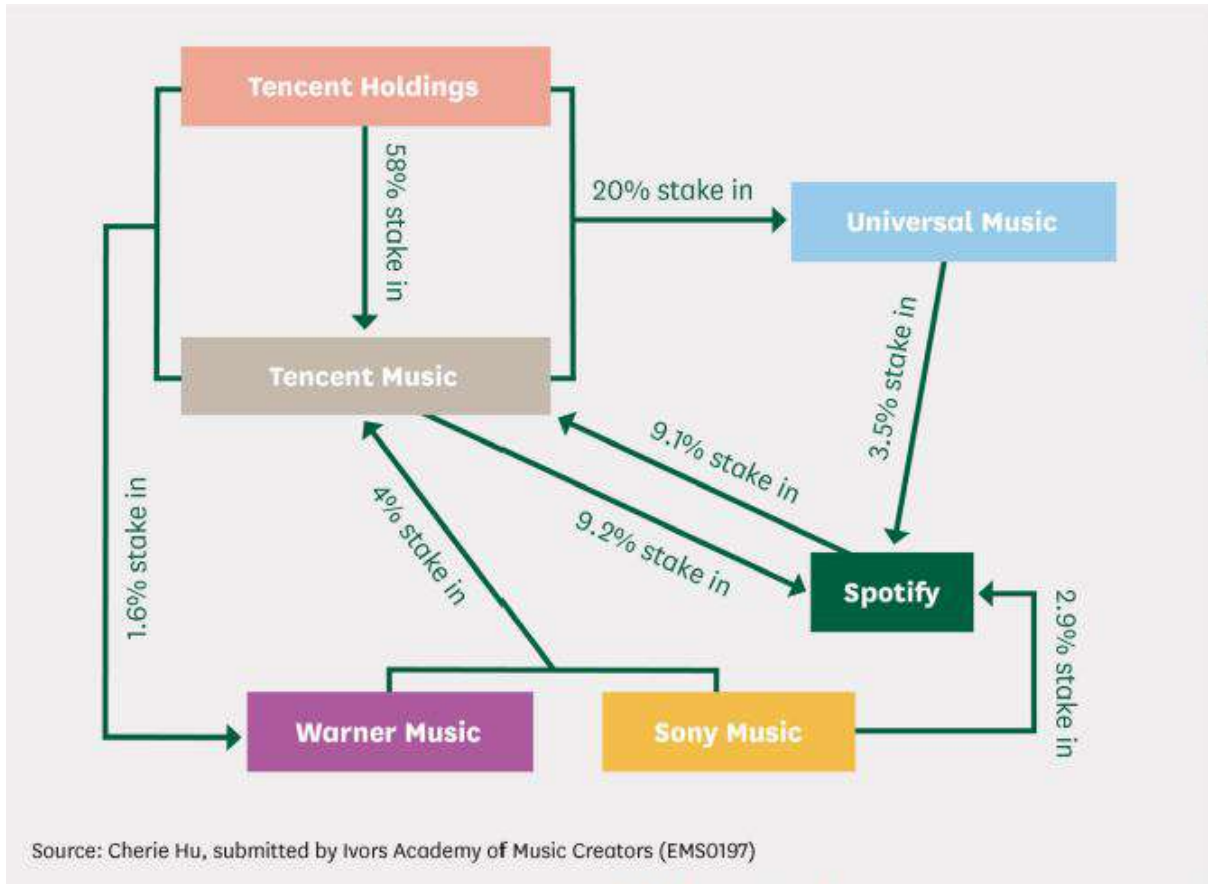
<sup>424</sup> The Ivors Academy of Music Creators ([EMS0197](#)).

<sup>425</sup> [“Tencent and Spotify buy minority stakes in each other”](#), Financial Times (8. prosinca 2017.).

<sup>426</sup> [“Tencent set to control 10% of Universal, also owns 9.1% of Spotify - but Daniel Ek has the final say on the firm’s stake”](#), Music Business Worldwide (10. veljače 2020.).

**Uzajamno vlasništvo i udjeli između Spotifyja i velikih glazbenih kompanija**

**Uzajamno vlasništvo i udjeli između Spotifyja i velikih glazbenih kompanija**



**Dominacija na tržištu**

109. Dosta se spekulira oko tržišnog udjela velikih glazbenih kompanija. IFPI navodi da je globalni tržišni udio velikih u 2020. godini bio 68% na tržištu snimanja (pri čemu je Universal imao 32 posto, Sony je imao 20 posto, a Warner je imao 26 posto) i 58 posto na tržištu glazbenog nakladništva (pri čemu je Sony imao 25 posto, Universal je imao 21 posto i Warner je imao 12 posto).<sup>427</sup> MIDiA Research i IMPF općenito se slažu s ovim iznosima za snimanje i nakladništvo, dajući velikima tržišni udio od 67,5 posto odnosno 55 posto.<sup>428</sup> Međutim, MIDiA Research tvrdi da su ovi iznosi preveliki, barem za snimljenu glazbu, budući da uključuju prihode od nezavisnih diskografa koji su se šlepali na leđima velikih diskografa koristeći njihove vlastite distribucijske aranžmane, ali neovisno o tome „to je mjera koju koriste u pregovorima oko licenciranja”.<sup>429</sup> Međutim, postoje dokazi da je udio velikih u diskografskoj industriji u UK-u koncentriraniji nego na globalnom tržištu, unatoč tome što se radi o kompanijama sa sjedištem u SAD-u. AIM navodi da nezavisna zajednica čini 25 posto diskografskog tržišta u UK-u, što bi značilo da je udio velikih 75 posto.<sup>430</sup> Ovo potkrepljuje presuda Žalbenog suda koja se odnosi na parnicu društava kćeri Warner Musica UK i Sony Music Entertainmenta UK protiv TuneiNa, u kojoj je navedeno

<sup>427</sup> The Ivors Academy of Music Creators ([EMS0197](#)).

<sup>428</sup> MIDiA Research ([EMS0073](#)); IMPF, Independent Music Publishers International Forum ([EMS0121](#)).

<sup>429</sup> MIDiA Research ([EMS0073](#)).

<sup>430</sup> Q332 [Paul Pacifico]; Association of Independent Music ([EMS0157](#)).

da su „Tužitelji [Warner i Sony] i skupine trgovačkih društava koja zastupaju, vlasnici ili imaju odobrenja za isključivo korištenje snimaka glazbe [...] i predstavljaju više od pola tržišta za digitalnu prodaju snimljene glazbe u Ujedinjenoj Kraljevini, i oko 43 posto globalno”.<sup>431</sup>

110. Veličina velikih glazbenih grupacija, koja je posljedica njihovog raznolikog i sveprisutnog raspona djelatnosti i posjeda diljem glazbene industrije, razlog je njihovog dobrog financijskog poslovanja. Zbirne informacije iz financijskih izvješća velikih glazbenih kompanija pokazuju da u posljednjih šest godina velike glazbene kompanije posluju iznimno dobro kada je riječ o dobiti, i nastavljaju rasti.<sup>432</sup> U razdoblju između 2015. i 2019. godine, prijavljeni promet velikih diskografskih kuća povećan je za 21 posto, ali operativna dobit rasla je za do tada neviđenih 64 posto, dok je njihova operativna profitna marža narasla s 8,7 posto na 11,8 posto.<sup>433</sup> To znači da veliki ne samo da zarađuju više novca nego u posljednjih dvadeset godina, nego također ostvaruju i dobit od te zarade. To su potvrdili i sami veliki, s obzirom na to da je glavni izvršni direktor Sony Musica Rob Stringer nedavno rekao dioničarima da je *streaming* zaslužan za povijesno velike profitne marže tog trgovačkog društva.<sup>434</sup> Kao takvi, veliki su sada otvoreno izuzetno vrijedna trgovačka društva, unatoč tome što diskografski sektor nije još dostigao razine prometa i prihoda prije piratstva (usklađene s inflacijom). Warner Music, u vrijeme pisanja, trenutno ima tržišnu kapitalizaciju od gotovo 18 milijardi \$. Music Business Worldwide procjenjuje da Sonyjevo glazbeno poslovanje (zajedno s njegovim odjelom za interaktivnu zabavu ‘Visual Media and Platform’, koji uključuje, ali se ne bavi isključivo glazbom) vrijedi 38,4 milijarde \$.<sup>435</sup> Na temelju deset-postotne opcije koju je nedavno iskoristio Tencent Holdings, Universal Music Group vrednuje se na 30 milijardi € (ili preko 33,6 milijarde \$) prije svoje inicijalne javne ponude.<sup>436</sup> To je rezultiralo značajnim paketima naknada za direktore tih trgovačkih društava. U pisanom podnesku koji smo zaprimili u povjerenju, u kojem je analizirana nedavna prijava Warner Musica za inicijalnu javnu ponudu, navedeno je da je 5 najviših direktora Warnera primilo pakete naknade koji su jednaki zaradi najboljih 27 pjesama u 2019. godini, kao i dioničarski paket u vrijednosti od 590 milijuna \$.

<sup>431</sup> [\[2021\] EWCA Civ 441, \[2021\] WLR\(D\) 183](#).

<sup>432</sup> Helienne Lindvall ([EMS0112](#)); Iain Archer ([EMS0190](#)); Anthony Hamer-Hodges ([EMS0206](#)).

<sup>433</sup> Will Page ([EMS0166](#)).

<sup>434</sup> Helienne Lindvall ([EMS0112](#)).

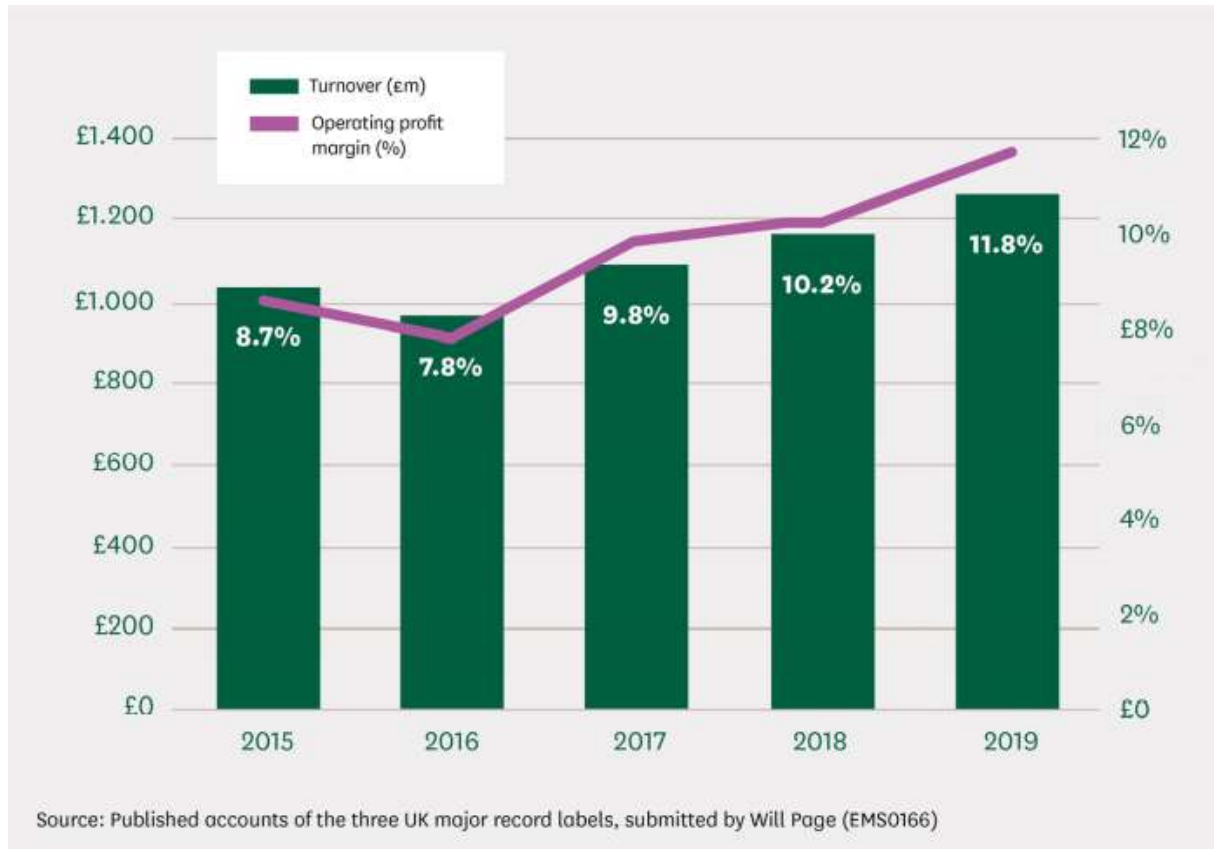
<sup>435</sup> [“Why, in a post-Tencent/Universal world, the three major music companies are worth nearly \\$90 billion”](#), Music Business Worldwide (15. kolovoza 2019.).

<sup>436</sup> [“Chinese tech firm increases stake in Universal Music to 20%”](#), The Guardian (18 December 2020); kampanja #BrokenRecord ([EMS0218](#)).



Rast prometa i operativne dobiti velikih diskografskih kuća u UK-u

Rast prometa i operativne dobiti velikih diskografskih kuća u UK-u



111. Nema sumnje da velike glazbene grupacije trenutačno dominiraju glazbenom industrijom, i u pogledu ukupnog tržišnog udjela u snimanju i (u manjem obujmu) u nakladništvu, ali isto i kroz vertikalnu integraciju, njihove akvizicije konkurentskih servisa i sustav uzajamnog vlasništva. **Preporučujemo da Vlada uputi predmet Tijelu za tržišno natjecanje i tržišta (CMA), kako bi provelo sveobuhvatnu studiju tržišta vezanu uz ekonomski utjecaj dominacije velikih (vidi odjeljke 129, 134 i 183 za daljnje preporuke). Vlada također mora staviti CMA-u na raspolaganje resurse i osoblje koje će se baviti ovim predmetom kako bi se osiguralo da to tijelo može posvetiti nužne resurse tom poslu, bez utjecaja na već postojeće poslove koje trenutno provodi.**

**Poteškoće vezane uz tržišno natjecanje**

112. Zbog uloge diskografskih kuća, nakladnika i distributera (i posljedično tome velikih glazbenih grupacija) u stavljanju glazbe na tržište, ti trendovi proizvode implikacije u cijelom opskrbnom lancu. S jedne strane, ta trgovačka društva u biti djeluju kao stjecatelji prava na snimkama i prava na pjesmama budući da investiraju u talentirane kreativce. S druge strane, ta ista trgovačka društva u biti djeluju kao stjecatelji odobrenja za stavljanje snimaka na *streaming* servise. Na taj način može se tvrditi da veliki igrači stvaraju oligopson kada kupuju glazbenu imovinu na samom početku opskrbnog lanca i oligopol kada za tu imovinu daju odobrenja za korištenje maloprodajnim trgovcima s ciljem stavljanja glazbe na tržište.

## Oligopson kod akvizicije imovine

113. Oligopson nastaje kada tržištem dominira mali broj velikih kupaca. U tom slučaju, teoretski dolazi do koncentracije potražnje (a tako i tržišne moći) u rukama kupaca, koji u praksi mogu održavati male cijene na štetu prodavatelja. Kada se to primijeni na glazbenu industriju, to znači da uvjeti pod kojima posebice velike glazbene grupacije kupuju prava na glazbi pogoduju velikima, a štete kreativcima. Kao što je ranije navedeno, velike glazbene grupacije imaju nerazmjerne koristi od *streaminga* glazbe u usporedbi s kreativcima. To je dovelo do rekordno visokih razina rasta prihoda i dobiti i povijesno visokih razina profitabilnosti velikih diskografskih kuća,<sup>437</sup> dok je zarada izvođača u prosjeku manja od medijalne plaće.<sup>438</sup>

114. Naravno, to povlači za sobom pitanje zašto takve ugovorne odredbe postoje. Diskografske kuće naglasile su da se izvođačima daje više izbora nego ranije u pogledu uvjeta pod kojima žele izdati svoju glazbu. I Universal i Sony tijekom usmenih iskaza tvrdili su da je to stvorilo vrlo kompetitivno okruženje za velike diskografske kuće, nezavisne diskografske kuće i distributere.<sup>439</sup> Jason Iley, predsjednik uprave i glavni izvršni direktor društva Sony Music UK and Ireland, naveo je sljedeće:

Danas su tri kulturalno najvažnija izvođača—Jorja Smith, AJ Tracey i Skepta—odlučili sklopiti ugovor s distribucijskom kompanijom. Žele veći udio u prihodima i to je njihov izbor. Uz dužno poštovanje prema njima i njihovom menadžmentu, to je njihova odluka. Jasno je da bi ja želio da su potpisali za Sony Music, ali to je mogućnost izbora.<sup>440</sup>

O takvim osjećajima govorio je i Ministar za digitalno gospodarstvo i kulturu, koji je spomenuo Stormzyja kao još jedan primjer uspješnog umjetnika koji samostalno objavljuje glazbu i koji je prvotni uspjeh postigao izvan velikih glazbenih kompanija.

115. Međutim, u mnogo pogleda, taj izbor nije jednostavan. Prvo, veličina velikih diskografskih kuća znači da mogu upotrijebiti svoju financijsku moć u pogledu veličine predujmova za izvođače i nakon toga maksimalno iskoristiti rizik da neće nadoknaditi te značajne predujmove, ugovaranjem u zamjenu za to loših uvjeta vezanih uz tantijeme, eksternaliziranjem troškova produkcije koje snose kreativci i ugovaranjem nadoknade za veće i opsežnije troškove. Iako ne možemo iznijeti točne iznose budući da su dokazi dostavljeni u povjerenju, većina troškova za velike glazbene kompanije glede umjetnika i repertoara troši se na predujmove umjetnicima, a ne na produkciju snimaka ili videa. Dok ti predujmovi predstavljaju zaradu plaćenu unaprijed i izravno kreativcima (podložno odbicima od strane njihovih zastupnika) te se stoga pošteno smatraju nadoknadivima, oni također funkcioniraju kao sredstvo za akviziciju imovine, što znači da se ne plaćaju samo za korist kreativaca. Štoviše, s obzirom na to da većina ugovora o isplati predujmova i tantijema koje sklapaju veliki traje za cijelo vrijeme autorskopravne zaštite, ostvarivat će prihode dugo godina. Znanstvenici u SCRIPT-u objašnjavaju u svom podnesku:

I dalje ostaje problem da ugovori s umjetnicima tradicionalno pogoduju diskografskim kućama i nakladnicima zbog njihovog inicijalnog rizika investiranja u umjetnike, međutim, neuravnotežena priroda takvih ugovora ima izravne implikacije na prihode koje dobivaju umjetnici. Ugovori koji su sklopljeni prije, pa čak i tijekom ulaska u eru *streaminga* ne odražavaju u dovoljnoj mjeri posljedice *streaminga* na izvore prihoda

<sup>437</sup> Will Page ([EMS0166](#)); Anthony Hamer-Hodges ([EMS0206](#)).

<sup>438</sup> Ben Sizer ([EMS0050](#)); The Ivors Academy of Music Creators ([EMS0197](#)); Q181 [Fiona Bevan].

<sup>439</sup> Qq241 [David Joseph], 251 [Jason Iley, David Joseph], 252 [Jason Iley].

<sup>440</sup> Q252.

za umjetnika. Postoji i širi problem neravnomjerne pregovaračke moći u ugovornim odnosima, koji nije primjenjiv samo na umjetnike u glazbenoj industriji, nego općenito na kreativce: umjetnici imaju „lošiju pregovaračku poziciju zbog svojeg neiskustva, neinformiranosti ili želje da njihova djela budu snimljena ili izdana pod svaku cijenu.“<sup>441</sup>

116. Drugo, diskografske kuće u mnogočemu se ponašaju kao industrijski vratari. Svi umjetnici koje su spomenuli g. Iley i ministar Dinenage stvaraju glazbu u UK-u i to u žanrovima kao što su hip hop, *grime*, R&B i/ili *garage*, te su se vjerojatno suočili sa strukturnim barijerama na putu do sklapanja diskografskog ugovora, prije negoli su postali uspješni kao umjetnici koji glazbu samostalno objavljuju u vlastitom izdanju. Štoviše, industrijske norme nerijetko oblikuju umjetnike koji sami sebe smatraju „izvođačima velikih diskografa“ i žele potpisati ugovor s velikim diskografima koji čuvaju pristup tisku, sponzorskim ugovorima i slično.<sup>442</sup> Kao što je Tom Frederikse napomenuo, „reakcija na hvaljenje nećijih djela igra veliku ulogu“ u tome da umjetnici primaju niske postotke tantijema u diskografskim ugovorima, čak i protivno pravnim savjetima koje dobiju.<sup>443</sup> Nadalje, autorskoppravna zaštita je skupa,<sup>444</sup> te se kreativci ohrabruju da ju zapravo „*outsorceaju*“ glazbenim kompanijama, umjesto da samostalno objavljuju i preuzmu te zadatke na sebe.

117. Naposljetku, umjetnici koji samostalno objavljuju nemaju puno mogućnosti da u potpunosti djeluju bez posrednika odnosno bez diskografskih kuća ili distributera (ili, u slučaju distributera koji je u vlasništvu diskografske kuće, bez oboje). Spotify je od vlastitog pokušaja da razvije novi alat koji bi omogućio umjetnicima da izravno postavljaju glazbu na platformu odustao u srpnju 2019.;<sup>445</sup> nekoliko svjedoka impliciralo je da su pokušaji tehnoloških kompanija da zaobiđu posrednike bili (ili bi inače bili) zaustavljeni kao posljedica pregovora s industrijom.<sup>446</sup> U svakom slučaju nemogućnost djelovanja bez posrednika pogoduje velikim glazbenim kompanijama na dva ključna načina. Prvo, time se osigurava da se umjetnici koji samostalno objavljuju moraju obratiti posrednicima kao što su digitalni distributeri i agregatori, koji su nerijetko u vlasništvu velikih, kako bi mogli distribuirati glazbu preko *streaming* servisa, što samo po sebi generira prihode od jednokratnih naknada ili provizije. S obzirom na to, čak i mnogi kreativci koji žele objavljivati glazbu bez diskografa moraju neizravno raditi s velikima kroz distributere koji su u vlasništvu diskografa. Drugo, ti poslovni subjekti mogu postati način izviđanja i „prosljeđivanja“ novih talenata u budućnosti, jer umjetnici koji samostalno objavljuju mogu biti prepoznati i s njima se može sklopiti sveobuhvatni diskografski ugovor. Međutim, potrebno je napomenuti da iz dopunskih dokaza koje smo primili proizlazi da prosljeđivanje od distributera i nezavisnih ili povezanih diskografa čini samo mali postotak sveukupnog kataloga velikih. Sony je, primjerice, naveo da mu je distributer u njegovom vlasništvu u zadnjih deset godina prosljedio „jednog ili dva umjetnika“,<sup>447</sup> iako je Billboard izvijestio da je 80 umjetnika koji su radili sa Spinnupom sklopilo ugovore s Universalovim glavnim diskografskim kućama.<sup>448</sup> Iako se trendovi mogu mijenjati i ti omjeri se dugoročno mogu promijeniti, kako prava budu prelazila u javnu domenu (tj. izlazila iz repertoara diskografske kuće) i kako distributeri u vlasništvu velikih budu sazrijevali, taj utjecaj se kratkoročno ne bi trebao uveličavati.

<sup>441</sup> SCRIPT ([EMS0205](#)).

<sup>442</sup> Qq157–8.

<sup>443</sup> Q53.

<sup>444</sup> Dr. Nicola Searle ([EMS0041](#)).

<sup>445</sup> „[Spotify closes its direct-upload test for artists](#)“, Music Ally (1. srpnja 2019.).

<sup>446</sup> Qq33, 128, 156–8.

<sup>447</sup> Sony Music UK & Ireland ([EMS0280](#)).

<sup>448</sup> „[Universal Music Expands Spinnup Distributor in Japan to Sign Local Talent](#)“, Billboard (24. lipnja 2020.).

118. To je možda razlog zbog kojeg su veliki uspjeli zadržati svoju tržišnu poziciju unatoč tome što nezavisne diskografske kuće nerijetko nude bolje uvjete ugovora, kao što su aranžmani o podjeli dobiti, opraštanje dugova i vraćanje prava umjetnicima. Yvette Griffith, glavna izvršna ko-direktorica u neprofitnoj diskografskoj kući Jazz Re:freshed, opisala je uvjete pod kojima njezina diskografska kuća sklapa ugovore:

Relativno nedavno donijeli smo odluku, zbog naše pozicije u ekosustavu i zbog toga što djelujemo neprofitno i nismo komercijalna organizacija te uživamo određenu podršku tijela kao što je Arts Council koja priznaju naš rad u korist talenata u usponu. Upakirano u naše pokušaje ohrabivanja umjetnika da ulete u široko područje diskografije, donijeli smo odluku da se počnemo baviti licenciranjem. Nismo nositelji autorskog prava i licenciramo autorsko pravo na određeno razdoblje. Na kraju tog razdoblja, možemo pregovarati s umjetnicima i oni mogu odlučiti da će nam dopustiti da dajemo odobrenja za još jedno razdoblje ili mogu odletjeti i činiti to drugdje. Radi se o riziku i o kocki, no to je ono što smo odabrali. U tom smislu smo vjerojatno poprilično neobični, ali smo primjer raznolikosti aranžmana koji postoje u nezavisnoj diskografiji.<sup>449</sup>

119. Neovisno o tome, do ovakvog oligopsona je došlo zbog uspjeha velikih vezanog uz akviziciju imovine. Mnogi akademski djelatnici i grupe kreativaca tvrde da položaj velikih u bitnom proizlazi zbog toga što su vlasnici najvrjednijih prava.<sup>450</sup> Profesor David Hesmondhalgh navodi da iako diskografske kuće mogu riskirati s razvojem umjetnika, samo jedan jedini uspjeh za diskografsku kuću može poništiti mnoge neuspjehe, smanjujući cjelokupni financijski rizik, a osim toga veliki diskografi su osim toga u mogućnosti rastegnuti taj rizik, kao i stvarne troškove održavanja svog repertoara, osoblja i menadžera, na veći katalog izvođača, stvarajući dugoročno stanje oligopola.<sup>451</sup> U tom smislu, u mnogim podnescima navedeno je da Vlada treba intervenirati u smislu poticanja tržišnog natjecanja kako bi nezavisna trgovačka društva mogla nastajati i natjecati se i kako bi umjetnici imali veća prava prilikom pregovora sa samim trgovačkim društvima.

120. U pogledu pružanja podrške nezavisnom sektoru, društvo Association of Independent Music navelo je da novi pristupnici na tržištu često nemaju veličinu, stručnost i kapital da bi se natjecali s velikim glazbenim kompanijama. Iako se veličina i stručnost stječu s vremenom i uspješnim poslovanjem (a strukovne udruge isto igraju određenu ulogu u pružanju potonjeg), i BPI i AIM, koji predstavljaju diskografske kuće, zatražili su od Vlade da omogući poticanje kapitalnih ulaganja. Kao što je Paul Pacifico objasnio:

Nezavisni glazbeni poslovni subjekti pate dva puta na tržištu kapitala. Pate zbog toga što je to visokorizična djelatnost. Također je i vrlo složena i pogrešno shvaćena djelatnost, tako da će investitori, kada s njima pričate, vrlo rijetko razumjeti ili biti spremni preuzeti rizik za djelatnost koju zapravo uopće ne razumiju. Pristup kapitalu je problem koji je u industriji neravnomjerno raširen. Velike korporacije s velikim globalnim društvima majkama imaju pristup bilancama koji manja trgovačka društva jednostavno nemaju, i moje je mišljenje da su porezni poticaji jedan način na koji se može osigurati da ti manji poslovni subjekti, inovatori, poduzetnici, ti mali britanski poslovni subjekti, mogu probati i širiti svoje poslovanje bez da se moraju baš svaki puta prodati velikima.<sup>452</sup>

<sup>449</sup> Q381 [Yvette Griffith].

<sup>450</sup> Q33; Sveučilište Bournemouth ([EMS0048](#)); Profesor David Hesmondhalgh ([EMS0143](#)).

<sup>451</sup> Profesor David Hesmondhalgh ([EMS0143](#)).

<sup>452</sup> Q394.

U pisanom podnesku BPI prije svega poziva Vladu da produlji i proširi program Music Export Growth Scheme, koji zajednički financiraju porezni obveznici i industrija s ciljem pomaganja izvođačima u međunarodnom okružju i koji je od 2014. godine omogućio 4 milijuna £ subvencija, tako da se ojača dodatnim resursima radi pružanja pomoći malim i srednjim diskografima naročito u vezi s izvozom i promidžbom njihovih izvođača na lokalnim tržištima.<sup>453</sup> Nadalje, i BPI i AIM također traže usredotočenije fiskalne poticaje kako bi se „pomoglo kapitalnim tržištima radi investiranja u glazbu”.<sup>454</sup> Kao što je BPI napomenuo, iako Vlada trenutno daje fiskalne poticaje za druge kreativne industrije kao što su film, animacija, vrhunski i dječji televizijski program, video igre, kazalište i orkestri, komercijalna glazba i dalje je važna iznimka.<sup>455</sup> Upitan za komentar o tome koji je razlog za to, ministar Dinénege činio se otvorenim za promjenu te situacije, navodeći sljedeće: „Pretpostavljam zbog toga što je komercijalna glazba uvijek bila tako odlična priča o britanskom uspjehu, ali očito je da je položaj mnogih glazbenika sada kada nije moguće svirati uživo definitivno doveo u pitanje mnogo toga”.<sup>456</sup>

121. U pogledu boljih prava za umjetnike, u pisanim je podnescima izneseno nekoliko prijedloga. Prvo, mnogi su zatražili uvođenje prava na povrat prava koje je već u sličnim situacijama implementirano u UK-u.<sup>457</sup> To pravo već postoji u Sjedinjenim Američkim Državama, gdje kreativci imaju pravo na povrat prava nakon 35 godina, što im daje bolju poziciju za ponovne pregovore o postotku tantijema ili mogućnost da svoja prava prenesu na druga trgovačka društva, ako odredbe u njihovim diskografskim ugovorima nisu pogodbe. To bi spriječilo prirastanje najvrjednijih prava diskografskim kućama s najvećim kapitalom i stvorilo bi tržište za vraćena prava, pri čemu bi se trgovačka društva međusobno natjecala nudeći veći postotak tantijema i bolje uvjete za povrat. Akademski djelatnici u SCRIPT-u i udruga Musicians' Union preporučuju Vladi da kreativcima istovremeno stavi na raspolaganje i mehanizme za izmjenu ugovora.<sup>458</sup> Oni navode da bi pravo na prilagodbu ugovora omogućilo povezivanje naknade s dokazanim uspjehom na tržištu te bi industriju u cjelini potaklo da primjenjuje postojeću etičku poslovnu praksu, kao što je ona koju primjenjuje BMG.<sup>459</sup> Slične odredbe predlaže Direktiva EU-a o autorskim pravima na jedinstvenom digitalnom tržištu te one već postoje u Njemačkoj, Nizozemskoj i u Zakonu o patentu UK-a iz 1977. godine, koji se primjenjuje na pravo radnika na naknadu u slučaju da njegov poslodavac ima koristi od izuma.<sup>460</sup> Time bi uspješni profesionalni kreativci dobili zakonsko pravo na dodatnu naknadu za slučajeve kada je njihova prvotna naknada koja je dogovorena ugovorom nerazmjerno niska u odnosu na naknadne prihode dobivene iskorištavanjem njihovih djela, što bi naročito pogodovalo izvođačima čiji su diskografski ugovori zastarjeli i sklopljeni davno.

**122. Vlada se mora pobrinuti da pravo UK-a ne omogućuje postizanje tržišne dominacije. To znači da se mora pružiti potpora nezavisnim diskografima kako bi se mogli suprotstaviti dominaciji velikih, a kreativci moraju imati alate koji će poništiti razliku u pregovaračkoj moći prilikom sklapanja ugovora s glazbenim kompanijama. Vlada bi trebala proširiti poticaje vezane uz program Music Export Growth Scheme kako bi omogućila da se britanske glazbene kompanije natječu s velikim multinacionalnim kompanijama i pružila resurse koji su im potrebni da prežive i dobro posluju na**

<sup>453</sup> BPI ([EMS0208](#)).

<sup>454</sup> Association of Independent Music ([EMS0157](#)); BPI ([EMS0208](#)).

<sup>455</sup> BPI ([EMS0208](#)).

<sup>456</sup> Q777.

<sup>457</sup> Music Managers Forum and Featured Artists Coalition ([EMS0128](#)); CREATE: UK Copyright and Creative Economy Centre, Sveučilište Glasgow ([EMS0189](#)); SCRIPT ([EMS0205](#)); dr. Hayleigh Boshier ([EMS0254](#)); Musicians' Union ([EMS0258](#)).

<sup>458</sup> SCRIPT ([EMS0205](#)); Musicians' Union ([EMS0258](#)).

<sup>459</sup> Musicians' Union ([EMS0258](#)).

<sup>460</sup> SCRIPT ([EMS0205](#)).

*izvoznim tržištima. Taj program mora prikladno ciljati na nezavisne britanske kompanije. Kako bi se spriječile daljnje akvizicije uspješnih prava od strane velikih i osiguralo bolje tržišno natjecanje, Vlada i BPI bi također trebale u ugovore o dodjeli subvencija staviti odredbe kojima će se zabraniti da velike glazbene kompanije mogu kupiti trgovačko društvo ili umjetnikova prava određeno vremensko razdoblje. Povrh toga, Vlada bi trebala iznijeti prijedloge o davanju namjenskih fiskalnih poticaja za nezavisni glazbeni sektor, slično onima koji već postoje za TV, animaciju, film, kazalište i video igre.*

123. *Preporučujemo da Vlada istovremeno proširi prava kreativaca tako da u Zakon o autorskom pravu, dizajnu i patentu iz 1988. godine uvede pravo na povrat prava na djelima i pravo na izmjenu ugovora za slučaj da su tantijeme koje prima umjetnik nerazmjerno niske u odnosu na uspjeh njihovog glazbenog djela. Ta prava drugdje već postoje, primjerice u Sjedinjenim Američkim Državama, Njemačkoj i Nizozemskoj, i kreativcima bi dala bolju pregovaračku poziciju prilikom sklapanja ugovora s glazbenim kompanijama. Preporučujemo da pravo na povrat nastane nakon proteka razdoblja od dvadeset godina, što je dulje od razdoblja nakon kojih mnogi diskografi otpisuju loše dugove, ali dovoljno kratko da do njega dođe tijekom karijere umjetnika. To bi stvorilo dinamičnije tržište pravima i omogućilo bi uspješnim umjetnicima da izađu na tržište i pregovorima ostvare bolje uvjete za svoja prava. Pravo na prilagodbu ugovora trebalo bi slično implementirati čim prije to u praksi bude moguće, kako bi se osiguralo da prava kreativaca iz UK-a ne zaostanu za pravima europskih kreativaca.*

### **Oligopol kod licenciranja glazbe**

124. Za razliku od oligopsona, do oligopola dolazi kada tržištem dominira mali broj velikih prodavatelja. Time se teoretski koncentrira potražnja (a time i moć) u rukama prodavatelja, koji u praksi mogu održavati visoke cijene na štetu kupaca u nedostatku alternativnih izvora opskrbe. Kada se to primijeni na *streaming* glazbe, to znači da su velike glazbene grupacije mogle izvući pogodne uvjete od *streaming* servisa, što utječe i na tržišno natjecanje na tržištu *streaming* usluga i na tržišno natjecanje između samih diskografskih kuća.<sup>461</sup>

125. Jedan od načina na koji se to manifestiralo je prevladavanje neisključivosti u pregovorima o licenciranju, za razliku od *streaming* servisa za film i televiziju; umjesto toga, glazba koja je dostupna na većini *mainstream* servisa relativno je homogena (vidi odjeljke 143–6 u Poglavlju 5). To je dovelo do situacije u kojoj sami *streaming* servisi još moraju doći do održive profitabilnosti, iako velike diskografske kuće prijavljuju rekordnu dobit.<sup>462</sup> **Tradicionalni troškovi koji padaju na teret diskografskih kuća u slučaju fizičke distribucije, kao što su proizvodnja, skladištenje i prijevoz proizvoda, ili troškovi lomova ili povrata, ne primjenjuju se na *streaming*.**<sup>463</sup> Umjesto toga, internet je simultano omogućio glatki prijenos imovine s diskografa na servis.<sup>464</sup> Istovremeno, **troškovi koji nastaju digitalnom distribucijom preneseni su na *streaming* servise te ih oni i snose.**<sup>465</sup> Primjerice, postoje troškovi za smještaj sadržaja pomoću pružatelja usluga pohrane podataka u oblaku (kao što su Google ili Amazon) i za istraživanje i razvoj s ciljem poboljšavanja usluge. Spotify je, primjerice, potrošio 10 posto svojih prihoda na istraživanje i razvoj u 2020. godini.<sup>466</sup> Horace Trubridge, glavni tajnik udruge Musicians'

<sup>461</sup> Competition Policy International, [Music Streaming: Is It a Level Playing Field?](#) (23. veljače 2021.).

<sup>462</sup> Christian Castle ([EMS0165](#)); CREATE: UK Copyright and Creative Economy Centre, Sveučilište Glasgow ([EMS0189](#)); Davo McConville ([EMS0214](#)); Qq9, 14 [Tom Gray], 22 [Tom Frederikse], 493 [Horace Trubridge]

<sup>463</sup> Q5 [Tom Frederikse]; Musicians' Union ([EMS0258](#)); Profesor David Hesmondhalgh ([EMS0143](#)); The Ivors Academy of Music Creators ([EMS0197](#)).

<sup>464</sup> Q624 [Horacio Gutierrez].

<sup>465</sup> Q5 [Tom Frederikse], 624–5.

<sup>466</sup> Q623 [Horacio Gutierrez].

Union, napomenuo je da je *streaming* također produljio komercijalni rok trajanja glazbe tako što je eliminirao te troškove diskografa, s obzirom na to da su ranije „diskografi prestali tiskati ploče i prestali su promicati svoju glazbu kada su odlučili da od te glazbe više nisu mogli zarađivati”, ali sada „odjednom ponovno postoji tržište za tu glazbu”.<sup>467</sup> Unatoč eliminiranju, eksternalizaciji i zamjeni fizičkih troškova uslijed digitaliziranja distribucije glazbe, udio u prihodima za maloprodajne trgovine (tj. prodavaonice ploča, online trgovine za preuzimanja ili *streaming* servise) ostao je konstantan na 30 posto i za fizičku i za digitalnu maloproduju, dok su uštede do kojih je došlo zbog digitalne distribucije nerazmjerno pogodovale diskografskim kućama.

126. Međutim, to ne znači da su troškovi glazbene produkcije potpuno eliminirani. Povjerljivi i komercijalno osjetljivi dokazi koje smo primili od dvije velike diskografske kuće pokazuju da diskografi doista imaju značajna, nenadoknativa ulaganja u marketing. Međutim, i predstavnici *streaming* servisa i predstavnici kreativaca istaknuli su da su i *streaming* servisi isto ulagali u promidžbu pojedinačnih izvođača istovremeno s ulaganjem u promidžbu svojih usluga.<sup>468</sup> Paul Firth, direktor za međunarodnu glazbu u Amazonu koji je ranije radio u glazbenoj maloprodaji, rekao je: „Ja mislim da kao *streaming* servis igraš puno aktivniju ulogu u pomaganju umjetniku da se probije nego što sam ja to ikada činio kao trgovac u maloprodaji”.<sup>469</sup> S obzirom na to da, općenito govoreći, licenciranje glazbe nije isključivo, to ulaganje u promidžbu ne koristi samo servisu nego može neizravno promicati izvođenja tog izvođača na drugim servisima.

127. To je vjerojatno zaslužno za uspjeh diskografskih kuća u pregovorima vezanima uz sklapanje ugovora o davanju odobrenja za korištenje snimaka izravno sa *streaming* servisima. I velike i nezavisne diskografske kuće definitivno preferiraju izravno licenciranje.<sup>470</sup> Tony Harlow, glavni izvršni direktor u Warner Music UK, objasnio je zašto diskografske kuće smatraju da je izravno licenciranje učinkovitije:

Ja mislim da je odgovor na to pitanje da mi vjerujemo da taj izravni odnos [...] daje najveću moguću pregovaračku moć. U pozadini toga je mogućnost, na kraju krajeva, da kažemo ne bilo kojoj licenci, a to je maksimalna moć za dobivanje najbolje pozicije. Kadgod je ta pozicija oslabljena, primjerice zbog sigurne luke, što je svakako bila tema razgovora ranije, dobivamo lošije i manje učinkovite ugovore. Zbog toga mi preferiramo izravno pregovaranje.<sup>471</sup>

Paul Pacifico, glavni izvršni direktor AIM-a koji zastupa nezavisnu zajednicu, primijetio je da izravno licenciranje nije stavilo manje diskografe u lošiji položaj zbog mogućnosti nezavisnih da kolektivno licenciraju i to odvojeno od velikih diskografa:

U većini tržišta u cijelom gospodarstvu očekivali biste da manji broj poslovnih subjekata trpi kada pregovara s većim organizacijama. Ako ste mali dobavljač hrane koji posluje s velikim supermarketom, ne očekujete da ćete dobiti odlične cijene. U nezavisnoj glazbenoj zajednici, mi smo se uhvatili u koštac s nekim od tih izazova, primjerice, osnivanjem partnerstva za licenciranje u Merlinu, međunarodnoj organizaciji koja licencira u naše ime i omogućuje nam da dobivamo najbolje moguće cijene na tržištu.<sup>472</sup>

<sup>467</sup> Q513 [Horace Trubridge].

<sup>468</sup> Qq490 [Graham Davies], 625 [Paul Firth].

<sup>469</sup> Q625 [Paul Firth].

<sup>470</sup> Qq238–9, 341.

<sup>471</sup> Q238 [Tony Harlow].

<sup>472</sup> Q341 [Paul Pacifico]

128. Unatoč tvrdnji g. Pacifica, nekoliko suradnika izrazilo je zabrinutost zbog neizravnog utjecaja izravnog licenciranja na nezavisne diskografe i umjetnike koji samostalno objavljuju. Budući da se pregovori o licenciranju vode u tajnosti, manji diskografi i umjetnici koji samostalno objavljuju podjednako su izloženi tim uvjetima bez mogućnosti da izvuku slične uvjete za sebe. Kao što je jedan umjetnik napomenuo, zbog toga što stranke ne pregovaraju izravno s platformama, nego umjesto toga objavljuju putem distributera ili se šlepaju koristeći dogovore koje su postigli veliki, „mi se samo možemo prijaviti, čekati da prve naknade budu isplaćene i zatim odlučiti je li vrijedilo ili nije”.<sup>473</sup> Incorporated Society of Musicians spekulira sljedeće:

Odredbe iz ugovora [velikih] su tajne pa se vjeruje da su preferencijalne cijene *streaminga* osigurane na štetu malih dionika i nezavisnih umjetnika zbog njihovih ogromnih tržišnih udjela.<sup>474</sup>

Dokazi koje je dostavila akademska zajednica potkrjepljuju te spekulacije. U pisanom podnesku koji smo primili od dr. Franca Mariuzza i dr. Petera Ormosija kvantitativnom analizom je pokazano da postoji „razlika u distribucijskim značajkama *streaming* podataka velikih i nezavisnih diskografskih kuća”<sup>475</sup> i da su „pjesme velikih prisutne na popularnim Spotifyjevim popisima za reprodukciju u nerazmjerno većem postotku od pjesama nezavisnih”.<sup>476</sup> Oni tvrde da bi to moglo biti posljedica snage velikih u odnosu na Spotify, a njihovo izravno i neizravno vlasništvo nad popisima za reprodukciju na platformama tome doprinosi i „nalikuje više na vertikalno integrirani dio velikih diskografskih kuća”.<sup>477</sup> U svom nedavnom radu Daniel Antal, profesorica Amelia Fletcher i dr. Ormosi, koji su podnijeli zasebni pisani podnesak, na sličan način navode da *streaming* servisi imaju „tendenciju favorizirati glazbu koja je više *mainstream*, poznatija i međunarodna, naročito onu koju izdaju velike diskografske kuće i to na štetu glazbe koja pripada manje komercijalnim žanrovima glazbe, koja je nezavisna i više lokalno usredotočena”.<sup>478</sup> Također smatraju da je to zbog velike pregovaračke moći velikih čiji ishod je njihov preferencijalni pristup popisima za reprodukciju i neoznačenim zaštićenim popisima za reprodukciju, kao i pogodovanje od strane algoritama.<sup>479</sup>

**129. Unatoč općem suglasju o tome da je izravno licenciranje između diskografske industrije i servisa pozitivna stvar, postoji neprestana zabrinutost zbog položaja velikih u pregovorima, koji im omogućuje da ostvaruju koristi na štetu nezavisnih diskografa i umjetnika koji samostalno objavljuju, naročito u pogledu stavljanja na popise za reprodukciju. To je daljnji dokaz da je predmet potrebno uputiti Tijelu za tržišno natjecanje i tržišta (CMA) (kao što je preporučeno u odjeljku 111).**

### **Sukob interesa u pregovorima**

130. Diskografske kuće imaju nerazmjerne koristi od *streaminga*, i zbog načina raspodjele prihoda iz posude tantijema između prava na pjesmama i prava na snimkama i zbog toga što pravo stavljanja na raspolaganje javnosti znači da diskografske kuće plaćaju izvođačima sukladno odredbama iz njihovih međusobnih diskografskih ugovora. Kao što je ranije navedeno (vidi odjeljke 78–88 u Poglavlju 3), to je dovelo do toga da se autori pjesama, nakladnici i skladatelji osjećaju zaknutima podjelom između dviju strana. Potrebno je napomenuti da su tijekom vremena nositelji prava na pjesmi više nego

<sup>473</sup> Ben Sizer ([EMS0050](#)).

<sup>474</sup> Incorporated Society of Musicians ([EMS0223](#)).

<sup>475</sup> Mariuzzo, Franco i Ormosi, Peter L., [Independent v Major Record Labels: Do They Compete on a Level-Playing Streaming Field?](#) (13. studeni 2020.).

<sup>476</sup> Dr. Peter Ormosi i dr. Franco Mariuzzo ([EMS0076](#)).

<sup>477</sup> Dr. Peter Ormosi i dr. Franco Mariuzzo ([EMS0076](#)).

<sup>478</sup> Competition Policy International, [Music Streaming: Is It a Level Playing Field?](#) (23. veljače 2021.).

<sup>479</sup> Daniel Antal, Amelia Fletcher, i Peter Ormosi ([EMS0286](#)).



udvostručili svoj udio u prihodima od prevladavajućih formata. Roberto Neri i Rupert Skellett objasnili su da je za autorsko pravo na pjesmi odlazilo 8,5 posto veleprodajnih prihoda u slučaju fizičke prodaje, koji postotak je pregovorima podignut na 12 posto za preuzimanja, a od tada je pregovorima podignut na 15 posto maloprodajnih (ne veleprodajnih) prihoda za *streaming*.<sup>480</sup> Međutim, jasno je da postoje mnogi čimbenici zbog kojih ovo ostaje sporno pitanje.

131. Tijekom ove istrage, ispitivali smo svjedoke o tome kako je došlo do *statusa quo* u pogledu udjela u prihodima za diskografska i nakladnička prava. Ukazano nam je na to da su, iako velike glazbene grupacije drže da su ti postoci posljedica tržišnih sila, postoci zapravo fiksirani nakon pregovora s Appleom. Ovo nije potkrijepljeno objavljenim dokazima vezanima uz ovu istragu, ali Spotifyjev voditelj globalnih odnosa i glavni pravnik Horacio Gutierrez naveo je bez dvojbe da je „stvarnost takva da diskografi zahtijevaju da većina prihoda ide njima, a potom smo morali ishoditi prava od nakladnika diljem svijeta”.<sup>481</sup> U pogledu podrijetla podjele, Fiona Bevan navela je sljedeće:

Potječe od prastare podjele gdje su diskografi imali ogromne fizičke fiksne troškove za proizvodnju vinila i CD-a, njihovo skladištenje i njihovu isporuku. Tijekom ovih sastanaka slušali smo i o lomovima. Naravno, vrlo malo ljudi dan-danas kupuje fizičke primjerke te je *streaming* u potpunosti sve preuzeo. *Streaming* je čak nadomjestio i preuzimanja. Zapravo ne postoji izgovor da te ogromne divovske kompanije dobivaju 55 posto kada više nemaju te fizičke fiksne troškove. Distribucija glazbe jako im je jeftina.<sup>482</sup>

Graham Davies, glavni izvršni direktor Ivors Academy of Music Creators, na sličan je način istaknuo sljedeće:

Ako se vratimo u 2005. godinu kada je digitalizacija počela, radilo se o ekonomiji preuzimanja i svi smo preuzimali singlove i albume. Jasno je zašto je industrija usvojila model sličan modelu fizičke prodaje, ali on doista nije primjenjiv na *streaming*. Postoji dvojba oko toga radi li se o prodaji ili ne. Očito je da je preuzimanje prodaja, kod koje kupujete nešto i to nešto možete slušati koliko god malo ili puno želite do kraja svoga života. To je ono što preuzimanje jest. *Stream* nije preuzimanje. Doista zagovaramo da se taj aspekt razjasni, zbog toga što se radi o priopćavanju javnosti, i zbog toga što je sve više umanjivalo vrijednost pjesme što ga je više industrija propagirala.<sup>483</sup>

U odgovoru na pitanje je li slučajnost da su prastari modeli transponirani u *streaming* od strane diskografskih kuća, Maria Forte rekla je sljedeće: „Ja mislim da to prvotno nije bila namjera, ali doista mislim da je sada to zasigurno namjera” i istaknula je da, za razliku od prava na snimci, autori pjesama dobivaju većinu prihoda, što znači da korporativna strana (uključujući velike nakladnike) prima manje.<sup>484</sup> Nile Rodgers slično je ustvrdio da su „od kada je *streaming* postao glavni mehanizam za konzumiranje glazbe, diskografske kuće jednostrano odlučile da se *stream* smatra prodajom, zbog toga što maksimizira njihovu dobit”.<sup>485</sup> Upitan da spekulira sa stajališta nezavisne diskografske kuće, Rupert Skellett potvrdio je da pretpostavlja „da bi to moglo biti točno; veliki bi mogli tražiti gdje im je marža

<sup>480</sup> Qq402 [Rupert Skellett], 427–31 [Roberto Neri]

<sup>481</sup> Q621.

<sup>482</sup> Q170.

<sup>483</sup> Q491.

<sup>484</sup> Q112.

<sup>485</sup> Q175.

najveća”,<sup>486</sup> iako je naveo da kao „čovjek iz diskografske kuće“ smatra da su postoci „na pravoj razini“.<sup>487</sup>

132. U situaciji u kojoj glazbeni nakladnici i IMPF jednoglasno traže da vrijednost pjesme bude jednaka vrijednosti snimke (vidi odjeljke 78–88 u Poglavlju 3), upadljivo je da je MPA odbila zauzeti definitivni stav u raspravi, naročito s obzirom na to da se nakladničke kuće triju velikih glazbenih grupacija broje kao njihovi članovi. MPA je u svom pisanom podnesku posebice upozorila Vladu da ne donosi propise u korist pravičnijih poslovnih modela i ugovora između kreativaca i nakladnika, zajedno s davanjem preporuka vezanim uz piratstvo i odredbe o sigurnim lukama za tehnološke kompanije.<sup>488</sup> Roberta Neri nekoliko smo puta tijekom usmenog iskaza isto tako upitali je li zadovoljan s vrednovanjem pjesme.<sup>489</sup> Iako je u svojim odgovorima g. Neri neprestano zagovarao povećanje udjela u prihodima za nositelje prava na pjesmi,<sup>490</sup> odbio je izričito zagovarati jednakost između prava na pjesmi i na snimci, navodeći da „mi svi pregovaramo i voljeli bismo da bude što je moguće viši i, kao što kažem, sa svakim novim pregovorima uspijevamo gurnuti ga prema gore“.<sup>491</sup> Nakon što je izravno upitan razlikuje li se MPA-ovo stajalište od stajališta IMPF-a zbog toga što velike glazbene kompanije dominiraju i snimanjem i nakladništvom, g. Neri je odgovorio:

Ja se nisam susreo s tim niti sam išta vidio, ali sam čuo teorije zavjere u posljednjih 20 godine koliko sam u ovom poslu. Velike nakladničke kompanije pomažu gurnuti postotke prema gore u drugim forumima u kojima sjedim, u različitim odborima.<sup>492</sup>

133. Iako bi ponovno uravnoteživanje odnosnih vrijednosti snimke i pjesme imalo utjecaja na prihode diskografskih kuća, ono se mora kontekstualizirati. S obzirom na to da većina nezavisnih diskografa i velikih diskografa imaju interese i u nakladništvu, gubici vezani uz diskografsko poslovanje bi donekle bili prebijeni rastom prihoda u nakladništvu (dok bi također to koristilo autorima pjesama i skladateljima). Ponovnim poravnavanjem poticaja za industriju (to jest, uspostavljanjem jednakosti između diskografskih kuća, nakladnika, izvođača, autora pjesama i skladatelja), rasprava bi se mogla promijeniti s pitanja „kako se prihodovni kolač dijeli“ na „kako maksimizirati veličinu kolača“ unutar same glazbene industrije. Umjesto toga, u trenutačnoj situaciji rasprave o cjelokupnoj veličini industrije bespotrebne su za nakladnike i kreativce jer samo manji dio prihoda naposljetku stigne do njih.

134. **Dok god velike diskografske kuće dominiraju i tržištem pravima na pjesmama kroz svoju nakladničku djelatnost, posljedično tome teško je predvidjeti hoće li pjesma biti pravednije vrednovana. Vrlo je dobro dokazano da je do ispravljanja nejednakosti između pjesme i snimke dolazilo previše rijetko u nekoliko posljednjih desetljeća. Dok velike glazbene grupacije dominiraju glazbenim nakladništvom, njihove nakladničke kuće nemaju puno razloga bolje vrednovati pjesme u odnosu na snimke. U svojem upućivanju Tijelu za tržišno natjecanje i tržišta (CMA) (kao što smo preporučili u odjeljku 111), Vlada bi trebala zatražiti od CMA da razmotri kako je položaj velikih diskografa u pogledu snimanja i nakladništva utjecao na relativnu vrijednost prava na pjesmi i prava na snimci.**

---

<sup>486</sup> Q401.

<sup>487</sup> Q403.

<sup>488</sup> Music Publishers' Association ([EMS0179](#)).

<sup>489</sup> Qq424–30, 434–6, 452.

<sup>490</sup> Q427.

<sup>491</sup> Q428.

<sup>492</sup> Q436.

## Transparentnost

### *Ugovori o povjerljivosti*

135. Također je u dokazima koje smo primili kritiziran nedostatak transparentnosti na strani glazbenih kompanija i *streaming* servisa. Kreativci i njihovi zastupnici rutinski su sprječavani pregledati odredbe ugovora o licenciranju između diskografskih kuća i *streaming* servisa, i tijekom i nakon pregovora, unatoč tome što diskografi daju odobrenja za korištenje njihovih djela *streaming* servisima u njihovo ime.<sup>493</sup> Kao što je Tom Gray naveo „To je vrlo netransparentno. Gotovo je nemoguće bilo što doznati. Svi ugovori između pružatelja digitalnih usluga i diskografa zaštićeni su ugovorima o povjerljivosti”.<sup>494</sup> Takve osjećaje izrazili su i Nadine Shah i Ed O’Brien, koji su naveli da je nedostatak transparentnosti u spoju s nejednakom naknadom erodirao povjerenje između kreativaca i njihovih diskografa.<sup>495</sup> Ed O’Brien primijetio je i da to potencijalno može obeshrabriti mlađe umjetnike:

Mislim da je umjetnicima uvijek bilo teško. Mislim da je sada još i lošije s obzirom na nedostatak transparentnosti, zamagljenost sustava, činjenicu da neki od partnera zarađuju ogromne svote novaca, neki od diskografa i tome slično. Uvijek je bilo teško, ali sada se čini da je još i teže.<sup>496</sup>

136. Neki dokazi koje smo primili nastojali su pružiti ravnotežu u raspravi o transparentnosti. Nezavisni diskografi kao što je Jazz Re:freshed tvrdili su da je jedan od njihovih jedinstvenih prodajnih aduta u odnosu na kreativce veća transparentnost.<sup>497</sup> Slično tome, Guy Garvey napomenuo je da je Elbowov diskograf omogućio određenu razinu transparentnosti:

O transparentnosti—pri tome se pozivam na bilješke koje sam dobio od svog menadžera, tako da bubam o tome, Nadine, ne tvrdim da ja osobno to znam—on kaže da Polydorovi računi svakih šest mjeseci pokazuju jasne i točne izvore prihoda. Mi imamo odličan odnos s našom diskografskom kućom, smatram da to trebam reći. On kaže i da Spotify i Apple imaju upravljačke aplikacije koje pokazuju brojeve vezane uz *streaming* u stvarnom vremenu koji se mogu usporediti s informacijama od diskografa. On je zadovoljan s tim elementom toga.<sup>498</sup>

Slično tome, Rupert Skellett naveo je da su ti ugovori o povjerljivosti često nametnuti odozgo od drugih stranaka:

Mi im očito ne možemo pokazati ugovore kroz Merlin i platforme. Odredbe o povjerljivosti priječe nam da izravno umjetnicima pokazujemo svoje ugovore i svoja odobrenja koja imamo.<sup>499</sup>

Međutim, potrebno je napomenuti da čak i u tim slučajevima industrijske norme nalažu tajnovitost, pri čemu se kreativci oslanjaju na dobre odnose sa svojim diskografima ili korporativne norme o transparentnosti umjesto na sustavne prakse i obveze koji bi se primjenjivali u cijeloj industriji.

<sup>493</sup> Music Managers Forum and Featured Artists Coalition ([EMS0128](#)).

<sup>494</sup> Q40.

<sup>495</sup> Qq75 [Nadine Shah], 84 94.

<sup>496</sup> Q84.

<sup>497</sup> Qq335, 391 [Yvette Griffith], 393.

<sup>498</sup> Q75 [Guy Garvey].

<sup>499</sup> Q392.

137. Učestalost ugovora o povjerljivosti utječe na kreativce na nekoliko načina. Ugovori o povjerljivosti stvaraju barijere za provedbu revizije prihoda od *streaminga*. To znači da kreativci i njihovi zastupnici ne mogu nezavisno potvrditi je li im isplaćena točna naknada.<sup>500</sup> Colin Young posebno je opisao važnost transparentnosti kod provedbe revizije za sve strane u ekosustavu vezanom uz *streaming* glazbe:

Stalno se susrećem sa značajnim otporom i uvijek postoje neki razlozi zašto [podaci] nisu dostupni, tako da uvijek moram raditi kompromise tijekom revizije. Nikad ne mogu raditi ono što bih htio. Postoje ograničenja. To je problem. Revizija postoji da bi se napravio ispravak. Tu je da bi se ispravile greške, zablude ili nesporazumi i djeluje dvostrano; može postojati protu-zahtjev, tako da ne kažem da je bilo koja strana savršena—apsolutno ne. Ono što govorim je da mi trebaju podaci koji su standardizirani i konzistentni, i trebaju mi u granularnom obliku i trebaju mi na izvoru. Moram biti u mogućnosti doći natrag do Spotifyja i onoga što isplaćuju diskografima.<sup>501</sup>

Slično tome, Nile Rodgers naglasio je važnost revizija za umjetnike kada traže prihode koji im pripadaju:

Jedini put kada doista imamo priliku provjeriti jesu li stvari onakve kakve bi trebale biti jest kada radimo reviziju. Svaki pojedini put—i ne izmišljam ovo radi dramatiziranja ili u komične svrhe—kada sam proveo reviziju diskografa, našao sam novac. Ponekad je ogroman iznos novca u pitanju. To je zbog načina na koji je sustav oblikovan od samog početka.<sup>502</sup>

138. Nadalje, ugovori o povjerljivosti također sprječavaju otkrivanje dokaza o količini prodaje, čime je umjetnik onemogućen provesti reviziju svake tri godine, a troškovi pravnog postupka vezanog uz to mogu pasti na umjetnika.<sup>503</sup> Kao što je Helienne Lindvall napomenula, to znači da kreativci kao što je ona „nemaju pravni i povoljni put osporavati takve zahtjeve i jednostavno moraju prihvatiti kakvu god isplatu tantijema od strane tih ogromnih korporacija za korištenje glazbe”.<sup>504</sup> Drugo, nedostatak transparentnosti oslabljuje kreativce kreirajući informacijsku asimetriju u pogledu pregovaranja o ugovornim odredbama s glazbenim kompanijama i donošenja odluka o smjeru koji će se odabrati za dolazak na tržište.<sup>505</sup> Troškove te asimetrije potom vrlo vjerojatno snose kreativci u obliku smanjenih tantijema, predujmova i drugog, zbog pogrešnog izbora. Konačno, nedostatak transparentnosti onemogućio je istraživanje nejednakosti u pogledu naknade kreativcima. Nedavno je važna studija o zaradi kreativaca u eri *streaminga*, koju je financirao Ured za intelektualno vlasništvo i koju smo spomenuli u Poglavlju 1, bila suočena s izazovima vezanim uz manjak podataka i dogovore velikih glazbenih kompanija i *streaming* servisa.<sup>506</sup> U nedavnom pismu Ministarstva za gospodarstvo, energiju i industrije strategije potvrđeno je da su *streaming* servisi i velike glazbene kompanije na taj proces gledale s očitim prijezirom. Od *streaming* servisa, jedino su YouTube, Deezer i SoundCloud pristali na razgovore, no nitko od njih nije stavio na raspolaganje relevantne podatke koji već nisu bili dostupni javnosti, dok su sve velike diskografske kuće i svi osim jednog nakladnika odbili zahtjev istraživača za daljnje razgovore.<sup>507</sup>

<sup>500</sup> Musicians’ Union ([EMS0080](#)); Creators’ Rights Alliance ([EMS0187](#)); The Ivors Academy of Music Creators ([EMS0197](#)); SCRIPT ([EMS0205](#)); Incorporated Society of Musicians ([EMS0223](#)).

<sup>501</sup> Q41.

<sup>502</sup> Q167.

<sup>503</sup> Hipgnosis Songs Fund Limited ([EMS0237](#)).

<sup>504</sup> Helienne Lindvall ([EMS0112](#)).

<sup>505</sup> SCRIPT ([EMS0205](#)).

<sup>506</sup> The Ivors Academy of Music Creators ([EMS0197](#)).

<sup>507</sup> Ministarstvo za gospodarstvo, energiju i industrijsku strategiju ([EMS0288](#)).

139. **Umjetnici i njihovi zastupnici suočeni su sa sustavnim nedostatkom transparentnosti i od strane glazbenih kompanija i od strane servisa koji licenciraju njihova djela. To pogoršava nejednakosti u pogledu naknade kreativcima tako što stvara informacijsku asimetriju i sprječava ih da iskoriste svoje pravo na reviziju. Kreativci i njihovi zastupnici imaju pravo doznati uvjete po kojima se njihova djela iskorištavaju i potvrditi ishod tih ugovora. Također je izuzetno zabrinjavajuće da takvo postupanje otežava napore vezane uz akademsko istraživanje, posebice kada se radi projektima koje financiraju porezni obveznici, unatoč naporima da se u taj pothvat na pozitivan način uključe glazbene kompanije i servisi.**

### **Obveze vezane uz transparentnost**

140. Stoga nije iznenađujuće da su mnogi kreativci i njihova industrijska tijela, kao odgovor na tu situaciju, zatražili uvođenje većih obveza vezanih uz transparentnost za *streaming* servise i glazbene kompanije.<sup>508</sup> Međutim, u odgovoru na pitanje kako riješiti taj problem, nekoliko svjedoka izrazilo je sumnju da je takva intervencija uopće moguća, što je možda posljedica sveprisutnosti industrijskih normi. I Tom Frederikse i Maria Forte naveli su u svojim usmenim iskazima da zbog postojećih ugovornih obveza Vlada ne bi bila u mogućnosti intervenirati na zakonit način.<sup>509</sup> Ministarstvo za digitalno gospodarstvo, kulturu, medije i sport i Ured za intelektualno vlasništvo naizgled su se složili s tim stavim, rekavši nam sljedeće:

Vlada potvrđuje važnost pravedne naknade i transparentnosti u globalnom *streaming* okružju, no istovremeno potvrđuje da su ugovori između nositelja prava i *streaming* platformi, kao i između diskografskih kuća i umjetnika privatno pitanje.

U podnesku koji je Vlada podnijela nakon toga tome pitanju pristupa se pasivno, pozivajući na „kontinuirani razgovor između glazbenih kreativaca, diskografskih kuća i *streaming* servisa u njihovom nastojanju da svladaju izazove u ovome području”.<sup>510</sup>

141. Nama parlamentarcima važno je razbiti bilo kakvu zabludu i, kako bi se izbjegla svaka sumnja, ponovno potvrditi da je Parlament taj koji vlada u UK-u. S obzirom na to, naravno da je Parlament ovlašten, primjerice, donijeti minimalne zakonske standarde za prava koji bi se primjenjivali bez obzira na pokušaje glazbenih kompanija ili *streaming* servisa da isključe umjetnike putem ugovora o povjerljivosti. Europska unija učinila je upravo to: članak 19. Direktive o autorskim pravima na jedinstvenom digitalnom tržištu (o kojoj detaljnije raspravljamo u odjeljcima 173–8 u Poglavlju 5) nameće obvezu transparentnosti subjektima kao što su glazbene kompanije, društva za kolektivno ostvarivanje prava i *streaming* servisi koja se sastoji u tome da kreativcima moraju dostavljati izvješća o transparentnosti:

Države članice osiguravaju da autori i izvođači redovito, a najmanje jedanput godišnje, i uzimajući u obzir posebnosti svakog sektora, primaju ažurirane, relevantne i sveobuhvatne informacije o iskorištavanju svojih djela i izvedbi [...] posebno u pogledu načina iskorištavanja, svih ostvarenih prihoda i naknade koju trebaju primiti.<sup>511</sup>

142. **Vlada nam je više puta navela da u pravo UK-a neće implementirati odredbe slične onima koje su uvedene Direktivom o autorskim pravima na jedinstvenom digitalnom tržištu. Prihvaćamo da**

<sup>508</sup> Musicians’ Union ([EMS0080](#)); Creators’ Rights Alliance ([EMS0187](#)); The Ivors Academy of Music Creators ([EMS0197](#)); Incorporated Society of Musicians ([EMS0223](#)).

<sup>509</sup> Qq43, 160.

<sup>510</sup> Ministarstvo za gospodarstvo, energiju i industrijsku strategiju ([EMS0288](#)).

<sup>511</sup> Direktiva (EU) 2019/790, članak 19.

Direktiva nije čarobno oružje protiv problema glazbene industrije, ali predstavlja korak u pravom smjeru u pogledu zaštita i prava nositelja prava. *Vlada bi trebala osigurati da kreativci u UK-u ne prođu lošije nego što bi prošli da je Ujedinjena Kraljevina ostala u Europskoj uniji. Vlada bi, kao minimum, trebala uvesti pravo da izvođači (ili njihovi zastupnici) imaju uvida u ugovorne odredbe kada se njihova djela licenciraju, na zahtjev i uz primjenu tajnosti. Također bi trebale postojati obveze o obavješćivanju temeljem kojih će relevantne osobe morati dati jasne informacije i usmjeriti kreativce u pogledu odredaba i strukture svakog ugovora koji se odnosi na licenciranje, prodaju ili stavljanje na raspolaganje na drugi način djela kreativaca, te sredstava i metoda temeljem kojih se iznosi koji im se raspodjeljuju izračunavaju, prijavljuju i prenose.*

## 6. Tržište *streaminga* glazbe

---

### Tržišno natjecanje na tržištu *streaminga*

143. S jedne strane, tržište je izuzetno kompetitivno za većinu *streaming* servisa. Prvo, sami servisi relativno su homogeni. Glazbeni sadržaji na *mainstream* servisima imaju odgovarajuću zamjenu, s obzirom na to da veliki diskografi, nezavisni diskografi i umjetnici koji samostalno objavljuju stavljaju svoju glazbu na raspolaganje što je šire moguće.<sup>512</sup> Protiv *streaming* servisa Tidal, koji je kao svoj jedinstveni prodajni adut pokušao nuditi ekskluzivne objave, obožavatelji su pokrenuli parnični postupak zbog toga što je sedmi album Kanye Westa *The Life of Pablo* bio objavljen na drugim platformama samo dva mjeseca nakon što je objavljen na Tidalu, na kojemu je bio reklamiran kao ekskluziva.<sup>513</sup> Najveći broj značajki i funkcionalnosti su standardizirane, što uključuje mogućnost *offline* reprodukcije i reprodukcije uz visoku kvalitetu zvuka. Većina servisa nudi algoritamske i uredničke popise za reprodukciju, kao i mogućnost samostalne korisničke izrade popisa za reprodukciju. Kao što je Jimmy Iovine kratko rekao za BBC 2018. godine, „svi *streaming* servisi naplaćuju 9,99 \$ i svi nude istu glazbu”.<sup>514</sup>

144. Drugo, sve kompanije koje nude naplatne (*premium*) usluge naplaćuju gotovo istovjetne i stabilne nominalne cijene. Većina servisa nudi pojedinačne mjesečne pretplate po 9,99 £/\$/€, što je tako već više od deset godina te još uvijek ostaje za vidjeti hoće li i može li neki servis od toga uspješno odstupiti (iako je Spotify nedavno objavio da će povećati cijenu svojih paketa pretplate Student, Duo i Family).<sup>515</sup> Treće, zbog standardizacije cijena i usluga, kao i zbog sveprisutnosti servisa, korisnici raspoložu relativno potpunim informacijama o proizvodima i cijenama koje pojedini servis nudi.

145. Konačno, ovakve cijene su toliko konkurentne da *streaming* servisi još nikada nisu bili profitabilni. Servisi kao što su Spotify i SoundCloud do sada su uglavnom prijavljivali poslovne gubitke. Spotifyjevi kumulativni godišnji gubici su u desetljeću koje je prethodilo 2020. godini iznosili čak 2,62 milijarde €. <sup>516</sup> Te servise uzdržava rizični kapital, koji im omogućuje da nude konkurentne cijene kako bi održavali tržišni rast.<sup>517</sup> Servisi kod kojih je *streaming* samo dio šireg poslovanja, kao što su Apple i Amazon, često se nazivaju vodećim gubitašima.<sup>518</sup> Glavni izvršni direktor Apple Musica Jimmy Iovine 2017. godine rekao je za Billboard da su „*streaming* servisi u lošoj situaciji, nema marži, ne zarađuju ništa”.<sup>519</sup> Naravno, izostanak profitabilnosti u fazi rasta ne znači da poslovni subjekt kada sazrije neće biti profitabilan; no i segment korisnika koji plaćaju, uzimajući u obzir da mnogi to ne čine, nije profitabilan.

146. Međutim, pandemija covid-19 dovela je do jedinstvenih uvjeta za *streaming* servise. Zbog potrebe društvenog distanciranja i karantenskih mjera kako bi se usporilo širenje korona virusa i zatvaranja dvorana za glazbu uživo, kao i glazbenih prodavaonica, *streaming* servisi dobili su priliku za rast. Spotify je dobar pokazatelj. Taj servis dobio je čak 30 milijuna novih pretplatnika 2020. godine,

<sup>512</sup> BBC ([EMS0227](#)).

<sup>513</sup> “[Lawsuit against Kanye West and Tidal over ‘The Life of Pablo’ reportedly dismissed](#)”, NME (30. siječnja 2019.).

<sup>514</sup> “[Apple Music’s Jimmy Iovine says streaming services are ‘too similar’](#)”, BBC News (25. ožujka 2018.).

<sup>515</sup> “[Spotify is raising prices for lots of its plans](#)”, The Verge (26. travnja 2021.).

<sup>516</sup> “[Loss-making Spotify will continue to put growth ahead of profit for ‘next few years’](#)”, Music Business Worldwide (6. svibnja 2020.).

<sup>517</sup> Qq31 [Tom Gray], 553–5 [Raoul Chatterjee].

<sup>518</sup> Sonstream Ltd ([EMS0154](#)); Adam Fenn ([EMS0180](#)).

<sup>519</sup> “[Jimmy Iovine Breaks Down What’s Wrong With the Music Business, Warns Against Overoptimism in Streaming: ‘They’re Not Making Money’](#)”, Billboard (29. studenog 2017.).

uključujući 11 milijuna u 4. kvartalu, nadmašivši prognoze.<sup>520</sup> Od siječnja 2020. godine, cijena Spotifyjeve dionice rasla je brže od tzv. FAANG-ovih dionica (Facebook, Apple, Amazon, Netflix i Google). Trenutačno je cijena Spotifyjeve dionice više nego udvostručena (povećana je za preko 103 posto, a rasla je po većoj stopi nego Apple (gotovo 85 posto) i Amazon (gotovo 78 posto), koji oboje nude i druge usluge osim *streaminga*. Povrh toga, svako od ta tri trgovačka društva nadmašilo je Netflix (koji je rastao za gotovo 70 posto), Google (gotovo 52 posto) i Facebook (gotovo 28 posto). Čak i manja trgovačka društva kao što je SoundCloud nedavno su nekoliko kvartala za redom poslovala na nuli, što je značajni zaokret u odnosu na samo 2019. godinu, kada je to trgovačko društvo imalo gubitak od 16 posto.<sup>521</sup> Upitani o tome, predstavnici tih trgovačkih društava su, međutim, oklijevali povezati taj uspjeh s gubitkom glazbe uživo. Spotify je tvrdio da je „poslovao dobro s obzirom na okolnosti“, ali i da „to nije nužno bila odlična godina“, budući da su „tijekom 2020. godine prihodi od oglašavanja trpjeli“.<sup>522</sup> Paul Firth, direktor za međunarodnu glazbu u Amazonu, slično tome tvrdio je da ne zna „možemo li reći da je situacija koju smo našli imala pozitivan ili negativan utjecaj“ i naveo je da su podaci upućivali na to da postoji veza između rasta *streaminga* glazbe i rasta glazbe uživo.<sup>523</sup>

## Tehnološki izazovi za tržište

### Algoritmi i popisi za reprodukciju

147. *Streaming* servisi jednaki su jedni drugima u pogledu cijene, koja se nije značajno mijenjala više od jednog desetljeća.<sup>524</sup> Napominjemo da cjenovni paritet može biti značajka i savršeno kompetitivnih tržišta i nefleksibilnih oligopolističkih tržišta. Za razliku od *streaming* servisa koji nude filmove i TV, kod kojih su isključive licence češće, glazbeni *streaming* servisi ne razlikuju se po sadržaju. Ti servisi se između sebe prvenstveno razlikuju kroz svoje algoritamske i uredničke popise za reprodukciju; Federation of Independent Musicians kaže da su popisi za reprodukciju „srž *streaming* servisa“.<sup>525</sup> Dr. Nicola Searle navodi da je Spotify „jako usredotočen na korištenje algoritama kako bi isporučio ono što smatra da će korisnik slušati“.<sup>526</sup> Slično tome, YouTubeov sustav u prvi plan stavlja lajkove, komentare, zadržavanje korisnika na nekom sadržaju i brzinu pregleda i pretplaćivanja. I Apple i Amazon naveli su da je uređivanje popisa za reprodukciju od strane živih ljudi najosobitiji element njihove ponude usluga.<sup>527</sup> Amazon je posebice napomenuo da je u ljudsko uređivanje znatno investirao, za tu svrhu zapošljavajući glazbene stručnjake u svakoj zemlji.<sup>528</sup>

148. Osim što je jedinstveni prodajni adut za same servise, uređivanje ima i važnu funkciju. *Streaming* korisnicima omogućuje pristup do sada neviđenoj količini glazbe.<sup>529</sup> Kao i kod drugih tehnoloških platformi koje se temelje na sadržaju, sustavi, procesi i dizajn *streaming* servisa nerijetko igraju važnu ulogu u omogućavanju krajnjim korisnicima da pristupe tom sadržaju i da njime lako upravljaju. To glazbenim urednicima i algoritmima daje utjecajnu ulogu vezanu uz to koju će glazbu potrošači doista slušati.<sup>530</sup>

<sup>520</sup> “[Spotify boosts subscriptions but warns of ‘uncertainty’ ahead](#)”, Financial Times (3. veljače 2021.).

<sup>521</sup> Qq553–5.

<sup>522</sup> Q685 [Horacio Gutierrez].

<sup>523</sup> Q687.

<sup>524</sup> Q18.

<sup>525</sup> Qq148–9, 604; International Federation of Musicians (FIM) ([EMS0025](#)).

<sup>526</sup> Dr. Nicola Searle ([EMS0041](#)).

<sup>527</sup> Qq598 [Elena Segal], 604–5 [Paul Firth].

<sup>528</sup> Q604 [Paul Firth].

<sup>529</sup> Dr. Gary Sinclair ([EMS0019](#)); Q513.

<sup>530</sup> SCRIPT ([EMS0205](#)); All Party Parliamentary Jazz Appreciation Group ([EMS0161](#)).



## Ljudsko uređivanje

149. Urednički popisi za reprodukciju su popisi za reprodukciju koje stvaraju zaposlenici servisa ili poznate i utjecajne treće osobe koje mogu donijeti zaradu. Kreativci su nam rekli da uključivanje njihovih djela na popise za reprodukciju ima značajan utjecaj na doseg i prihode.<sup>531</sup> Jedan kreativac koji je ostvario 17 milijuna *streamova* na Spotifyju, napisao je: „mojem uspjehu kao umjetnika u velikoj mjeri pomoglo je uvrštavanje na Spotifyjeve uredničke popise za reprodukciju—to je povećalo broj *streamova* te mi je omogućilo da u manjoj mjeri budem prepoznat i da dobijem neke prilike za unaprjeđivanje karijere”.<sup>532</sup> Ti popisi za reprodukciju u mnogočemu djeluju kao tradicionalni radio, jer živi čovjek odlučuje koje će snimke na njih uvrstiti.<sup>533</sup> Međutim, za razliku od *streaming* servisa, u slučaju radija Ofcomov Kodeks radiodifuzijskog emitiranja zabranjuje prakse kao što su plaćanje za izvedbu odnosno „podmićivanje radi neslužbene promidžbe“. U odjeljku 10.5 navedeno je da „nijedan komercijalni aranžman koji uključuje plaćanje ili davanje nekog drugog oblika vrijedne naknade organizaciji za radiodifuziju ne smije utjecati na izbor ili rotaciju glazbe za emitiranje”.<sup>534</sup>

150. To nameće pitanja o osnovi prema kojoj se snimke odabiru i je li moguća manipulacija, naročito u pogledu nezavisnih umjetnika ili umjetnika koji samostalno objavljuju.<sup>535</sup> Nekoliko kreativaca doista je istaklo da urednički popisi za reprodukciju favoriziraju izvođače koji su sklopili ugovore s velikim diskografima, tvrdeći da je 85 posto glazbe na Spotifyju u vlasništvu velikih i da čini 90 posto uredničkih popisa za reprodukciju čime se stvara zatvoreni krug koji je samom sebi svrha, jer glazba u vlasništvu velikih dominira na popisima za reprodukciju i postiže značajni doseg da bi potom nastavila dominirati novim popisima za reprodukciju.<sup>536</sup> Njihov redosljed na popisima za reprodukciju također stvara hijerarhije važnosti za snimke, što utječe na vjerojatnost da će nositelji prava na snimkama s popisa biti preslušavani puno puta, a samim time i da će ostvariti naknadu. Izvođače se često potiče da plate sudjelovanje na marketinškim radionicama koje organiziraju same platforme ili da za naknadu angažiraju servise koji nude pjesme urednicima popisa za reprodukciju ili da na druge načine razviju odnose sa samim urednicima kako bi bili uvršteni na popise za reprodukciju i tako dobili dodatnu promidžbu, unatoč tome što to neće imati neki bitan dugoročni utjecaj na broj njihovih obožavatelja ili na buduće prihode izvan *streaminga*.<sup>537</sup> Jedan izvođač koji nam je pisao u povjerenju naveo je da su neki urednici popisa za reprodukciju nudili promidžbu nezavisnim izvođačima za naknadu, stvarajući crno tržište za popise za reprodukciju.

**151. Glazbeni urednici igraju važnu ulogu u otkrivanju i konzumiranju digitalne glazbe i imaju utjecaja na naknade kreativcima. Stoga ne čudi da glazbeni kreativci ulažu više resursa kako bi zapali za oko tim urednicima. Ako su urednici plaćeni ili dobivaju druge koristi u zamjenu za uvrštavanje na popise za reprodukciju, preporučujemo da im se nametne obveza postupanja u skladu s kodeksom ponašanja koji je usvojilo Tijelo za standarde u oglašavanju, slično utjecajnim osobama na društvenim medijima, kako bi se osiguralo da odluke koje donose budu transparentne i etičke.**

<sup>531</sup> Dr. Gareth Bonello ([EMS0069](#)); Dave Mathers ([EMS0092](#)); Matthew Hickman ([EMS0100](#)); Fran O’Hanlon ([EMS0105](#)).

<sup>532</sup> Anonymous ([EMS0199](#)).

<sup>533</sup> Ben Sizer ([EMS0050](#)).

<sup>534</sup> Ofcom, [Section ten: Commercial communications on radio](#).

<sup>535</sup> Ali Gavan ([EMS0026](#)); Association of Independent Music ([EMS0157](#)); Music Publishers’ Association ([EMS0179](#)); BPI ([EMS0208](#)); dr. Hayleigh Boshier ([EMS0254](#)).

<sup>536</sup> Matthew Hickman ([EMS0100](#)); Fran O’Hanlon ([EMS0105](#)).

<sup>537</sup> Ali Gavan ([EMS0026](#)); Andy Ruddy ([EMS0094](#)); Elliott Haslam ([EMS0151](#)); Kadian Foster ([EMS0168](#)); Transcripts of roundtables with emerging artists ([EMS0293](#)).

### Algoritamsko uređivanje

152. Algoritamsko uređivanje odnosi se na sustave preporučivanja koje servis primjenjuje za svrhe konzumiranja glazbe (za razliku od, primjerice, personaliziranog oglašavanja). Može se sastojati ili u izradi personaliziranih popisa za reprodukciju ili u uređivanju pjesama za automatsko reproduciranje. Profesionalni glazbenik Isaac Anderson u pisanom podnesku koji nam je dostavio opisao je Spotify kao „neku vrstu bojišnice za manje umjetnike koji nisu sklopili ugovore s diskografima”, navodeći sljedeće:

Kada se snimka postavi na servis, prvih sedam dana esencijalni su za „obučavanje algoritma”—drugim riječima, za usmjeravanje što je više moguće prometa na vaše novo izdanje, kako bi Spotify prepoznao preslušavanja i kako bi imali bilo kakvu šansu da pjesma bude uvrštena na algoritamski ili urednički popis za reprodukciju.<sup>538</sup>

Međutim, u nekoliko podnesaka njihovi podnositelji upozorili su na to da bi algoritmi, zajedno sa sustavima preporučivanja, mogli biti pristrani, što može biti loše za otkrivanje nove glazbe, homogenizirati ukuse i oslabiti položaj umjetnika koji samostalno objavljuju.<sup>539</sup> Mnogi kreativci u svojim su pisanim podnescima kritizirali nejasnoću algoritamskog uređivanja i tražili su veći nadzor.<sup>540</sup> Osim toga, španjolsko društvo za kolektivno ostvarivanje prava AIE, Incorporated Society of Musicians, Musicians' Union i drugi izrazili su zabrinutost u pogledu nedavne objave da će trgovačkim društvima biti omogućeno da plaćaju promidžbu svoje glazbe tako što će u zamjenu dati udio u tantijemama.<sup>541</sup> Konačno, BPI je napomenuo da algoritmi mogu štetiti umjetnicima iz UK-a koji su plaćeni na temelju globalnih brojeva preslušavanja, s obzirom na to da algoritmi mogu slušatelje iz zemalja s relativno većim populacijama usmjeriti prema njihovim vlastitim domaćim izvođačima.<sup>542</sup>

**153. Algoritmi su od ključne važnosti za rad *streaming* servisa. Međutim, postoje mnoga pitanja o tome kako oni utječu na konzumiranje glazbe i koliko nadzora postoji. Vlada bi trebala naručiti istraživanje o utjecaju algoritama *streaming* servisa na konzumiranje glazbe, koje će razmotriti i situacije u kojima se kreativci odriču od plaćanja tantijema u zamjenu za algoritamsku promidžbu.**

### Korisnički podaci

154. Slično tome, postoji zabrinutost da su servisi kao što su Spotify, Amazon i YouTube, koji nude besplatan *streaming* financiran oglašavanjem mnogim korisnicima (ili većini njih), motivirani da u najvećoj mogućoj mjeri prikupljaju i komercijaliziraju podatke, kako bi ih iskoristili u svrhu oglašavanja, ali i u pregovorima o licenciranju. To može utjecati i na privatnost korisnika koju mogu narušavati sve

<sup>538</sup> Isaac Anderson ([EMS0101](#)).

<sup>539</sup> Dr. Nicola Searle ([EMS0041](#)); Ben Sizer ([EMS0050](#)); DIUO ([EMS0074](#)); Chris Whitten ([EMS0096](#)); Cognizant ([EMS0134](#)); Julian Henry ([EMS0137](#)); Generator North East Ltd ([EMS0171](#)); Adam Fenn ([EMS0180](#)); Iain Archer ([EMS0190](#)); AJ Dean-Revington ([EMS0192](#)); BPI ([EMS0208](#)); Oliver Julian ([EMS0219](#)); Neil Adams, Sarah Ramage, Caleb Evans i Paul Deacon ([EMS0225](#)).

<sup>540</sup> Iain Cameron ([EMS0015](#)); Ali Gavan ([EMS0026](#)); Angela Reith ([EMS0029](#)); Wendy Kirkland ([EMS0037](#)); Anna Neale ([EMS0058](#)); dr. Gareth Bonello ([EMS0069](#)); Just East of Jazz ([EMS0079](#)); Joe Newman ([EMS0083](#)); Matthew Hickman ([EMS0100](#)); Fran O'Hanlon ([EMS0105](#)); Helienne Lindvall ([EMS0112](#)); IMPF, Independent Music Publishers International Forum ([EMS0121](#)); Joshua Magill ([EMS0153](#)); Matthew Tong ([EMS0155](#)); Association of Independent Music ([EMS0157](#)); Josienne Clarke ([EMS0159](#)); Natalia Wierzbicka ([EMS0160](#)); Irish Music Rights Organisation CLG ([EMS0162](#)); Council of Music Makers, Featured Artists Coalition (FAC), Ivors Academy, Music Managers' Forum (MMF), Music Producers' Guild (MPG), i Musicians' Union (MU) ([EMS0172](#)); Music Publishers' Association ([EMS0179](#)); Iain Archer ([EMS0190](#)); Luke Williams ([EMS0191](#)); Renee Sheehan ([EMS0195](#)); Anonymous ([EMS0199](#)); Isaac Neilson ([EMS0201](#)); BMG ([EMS0207](#)); BPI ([EMS0208](#)); Tim Richards ([EMS0221](#)).

<sup>541</sup> Artistas Intérpretes o Ejecutantes, Entidad de Gestión de Derechos de Propiedad Intelectual (AIE) ([EMS0133](#)); Christian Castle ([EMS0165](#)); Incorporated Society of Musicians ([EMS0223](#)); Musicians' Union ([EMS0258](#)).

<sup>542</sup> BPI ([EMS0208](#)).

prodorniji sustavi za prikupljanje podataka, i na tržišno natjecanje, s obzirom na to da bi prikupljanjem velikih količina podataka pojedini servisi mogli steći kompetitivnu prednost u odnosu na druge. Svjesni smo da se to već događa u određenom stupnju, pa je tako jedan raniji ugovor o licenciranju između Universalisa i Spotifyja Universalisu dao „do sada neviđen pristup podacima, čime je stvoren temelj za izradu novih alata za umjetnike i diskografe kako bi proširivali, poticali i gradili dublje veze sa svojim obožavateljima”.<sup>543</sup> Unatoč tome, Spotify je u usmenom iskazu naveo da je pristup podacima dostupan jednako svim nositeljima prava i to kroz Spotifyjev Alat za umjetnike, čime se želi ublažiti zabrinutost vezana uz tržišno natjecanje u glazbenoj industriji.<sup>544</sup> Ipak, potrebno je pobrinuti se da financijski interesi glazbene industrije i *streaming* servisa u pogledu potrošača digitalne glazbe ne ugroze zaštitu privatnosti korisnika i etičko postupanje vezano uz podatke. Kako tržište *streaminga* bude sazrijevalo, Jedinica za digitalno tržište i Ured informacijskog službenika morat će učinkovito surađivati kako bi se osigurala primjena visokog standarda zaštite potrošača zbog korištenja korisničkih podataka za svrhe oglašavanja i sklapanje ugovora o licenciranju.

### Vertikalna integracija

155. Uzimajući u obzir kompetitivnost tržišta *streaminga* glazbe, trgovačka društva nastojala su vertikalno se integrirati s drugim servisima ili općenito iskoristiti druge mogućnosti kako bi postigla kompetitivnu prednost. Jimmy Iovine to je istaknuo, rekavši sljedeće: „Amazon prodaje Prime; Apple prodaje telefone i iPad-ove; u Spotifyju će morati smisliti način kako da natjeraju njihovu publiku da kupi nešto drugo”.<sup>545</sup> Ovakva konkurencija u mnogočemu je potakla inovativnost i pozitivnu diferencijaciju servisa. Primjerice, ove godine Spotify je u Sjedinjenim Američkim Državama stavio na tržište svoj prvi *hardwareski* uređaj, uređaj za zabavu unutar automobila koji se zove Car Thing.<sup>546</sup> Nedavno su pokrenuti i drugi servisi, koji svoje usluge reklamiraju naglašavajući njihovu utemeljenost na etičnijim sustavima plaćanja nositelja prava.<sup>547</sup> U svom usmenom iskazu predstavnici Applea nekoliko puta su govorili o tome da Appleov poslovni model odražava njegove vrijednosti u pogledu zaštite privatnosti po čemu se njegovi proizvodi razlikuju od proizvoda drugih tehnoloških kompanija.<sup>548</sup>

156. Međutim, postoji rizik da će zbog trenutne neprofitabilnosti *streaminga* glazbe trgovačka društva početi primjenjivati prakse koje nisu u skladu s pravilima o tržišnom natjecanju, s ciljem da postanu profitabilni(ja). To može dovesti do „prelijevanja čaše“ na tržištu, pri čemu kad jednom proizvod ili usluga dopru do kritične mase korisnika mrežni učinci mogu uzrokovati lančanu reakciju kod koje tržište ubrzano klizi prema monopolskoj ravnoteži. Vertikalno integrirane tehnološke kompanije, primjerice, sa zrelijim *hardwareom* i odjelima za pametne tehnologije mogle bi u teoriji steći prednost davanjem poticaja korisnicima, kao što su besplatne probe, ili postavljanjem prepreka za konkurente, kao što je onemogućavanje pristupa uslugama trećih strana ili isporuka sa zadanim postavkama koje potrošači teško mogu promijeniti, naročito ako bi jedan komad *hardwarea* dominirao tržištem. BBC je upozoren da „vertikalna integracija može nagnuti tržište prema vlastitim uslugama jednog ekosustava na štetu

<sup>543</sup> Q249 [Clive Efford MP].

<sup>544</sup> Q694 [Horacio Gutierrez].

<sup>545</sup> [“Jimmy Iovine Breaks Down What’s Wrong With the Music Business, Warns Against Overoptimism in Streaming: ‘They’re Not Making Money’”](#), Billboard (29. studenog 2017.).

<sup>546</sup> [“Spotify launches its in-car entertainment system ‘Car Thing’ in US”](#), TechCrunch (13. travnja 2021.).

<sup>547</sup> Sonstream Ltd ([EMS0154](#)); Resonate Co-operative (Resonate (Beyond Streaming) Ltd) ([EMS0169](#)).

<sup>548</sup> Q642, 695 [Elena Segal].

drugih, bilo da su to alternativni *streaming* servisi ili drugi oblici slušanja zvuka kao što su radio postaje”.<sup>549</sup>

157. Na naš upit o tome, i Amazon i Apple detaljno su opisali različite poslovne prakse koje poduzimaju kako bi osigurali da postupaju u skladu s pravom tržišnog natjecanja, kao što je poslovna struktura (primjerice, odjeljivanje *streaminga* od drugih segmenata poslovanja, kao što su oni koji rade na *hardwareu* ili u telefonskoj podršci) i pravedni pristup uslugama trećih strana (i na početku i kasnije).<sup>550</sup> U nekim pravnim sustavima te kompanije već su suočene s optužbama za kršenje tržišnog natjecanja. 30. travnja 2021. godine Europska komisija pokrenula je postupak zbog kršenja pravila o tržišnom natjecanju, reagirajući na prigovor koji je prvo podnio Spotify. Tijelo je posebice utvrdilo da je Apple prekršio pravila o tržišnom natjecanju tako što je u svojim pravilima vezanima uz trgovinu aplikacijama zahtijevao da developeri aplikacija koriste Appleov vlastiti sustav za kupnju unutar aplikacija (pri čemu se plaća provizija od 30 posto) i zabranio developerima da reklamiraju druge opcije za kupnju izvan aplikacija, što je navodno uzrokovalo povećanje cijena za potrošače.<sup>551</sup> Spotify je, međutim, otišao i dalje sa svojim prigovorima protiv Applea. U rujnu 2020. godine Spotify je opisao Appleov paket pretplate Apple One, koji uključuje i Apple TV Plus, Arcade, iCloud spremnik i druge Appleove proizvode, kao „ponašanje protivno pravu tržišnog natjecanja, koje će, ako se ne provjeri, uzrokovati nepovratne štete developerskoj zajednici i zaprijetiti našim kolektivnim slobodama slušanja, učenja, stvaranja i povezivanja” (unatoč činjenici da je sam Spotifyjev servis prethodno bio nuđen u paketu s Huluom, AT&T-em i Samsungom,<sup>552</sup> i da Amazon svoj *streaming* servis nudi u paketu s Primeom).<sup>553</sup>

158. Stoga je nužno da pravni sustav UK-a bude opremljen odgovarajućim alatima kako bi mogao odgovoriti na takve višeslojne izazove. Radna skupina za digitalna tržišta u okviru Tijela za tržišno natjecanje i tržišta (CMA) u prosincu 2020. godine izdala je savjet Vladi o oblikovanju i implementaciji novog režima za digitalna tržišta i o ovlaštenjima koje će nova Jedinica za digitalno tržište (DMU) trebati.<sup>554</sup> Vlada se obvezala da će ove godine provesti konzultacije o prijedlozima i provesti zakonodavnu proceduru kako bi Jedinici za digitalno tržište dala zakonski temelj kada to raspored Parlamenta bude dopustio.<sup>555</sup> U međuvremenu, Tijelo za tržišno natjecanje i tržišta je objavilo je da će Jedinica za digitalno tržište u okviru trenutne nadležnosti Tijela za tržišno natjecanje i tržišta surađivati s postojećim provedbenim timovima u tom tijelu na pronalaženju rješenja za problem praksi digitalnih kompanija koje krše pravila tržišnog natjecanja.<sup>556</sup>

**159. Tržište *streaming* usluga samo je po sebi izuzetno kompetitivno. Međutim, postoji mogućnost da kompanije iskoriste druge aspekte svojeg poslovanja ili da iskoriste vertikalnu integraciju kako bi ostvarile kompetitivnu prednost; neki pravni sustavi smatraju da se to već dogodilo u određenim područjima. Važno je da UK ima regulatorni režim koji može odgovoriti na te izazove. Ohrabreni smo činjenicom da je Tijelo za tržišno natjecanje i tržišta već uspostavilo svoju Jedinicu za digitalna tržišta, koja poduzima važne korake u ovom području u okviru trenutne nadležnosti tog tijela, ali da bi se osigurala potpuna usklađenost, Jedinica za digitalna tržišta mora dobiti zakonsku podlogu čim je prije moguće. Vlada bi najkasnije do trenutka slanja odgovora na ovo Izvješće trebala početi**

<sup>549</sup> BBC ([EMS0227](#)).

<sup>550</sup> Q606 [Paul Firth, Elena Segal].

<sup>551</sup> “[EU accuses Apple of App Store antitrust violations after Spotify complaint](#)”, The Verge (30. travnja 2021.).

<sup>552</sup> “[Apple says its new Apple One services bundle isn't unfair to Spotify](#)”, The Verge (15. rujna 2020.).

<sup>553</sup> Qq623, 626–8.

<sup>554</sup> “[CMA advises government on new regulatory regime for tech giants](#)”, Tijelo za tržišno natjecanje i tržišta, posljednji posjet 23. svibnja 2021.

<sup>555</sup> Tijelo za tržišno natjecanje i tržišta, [Digital Markets Unit](#), posljednji posjet 23. svibnja 2021.

<sup>556</sup> “[New watchdog to boost online competition launches](#)”, Ministarstvo za digitalno gospodarstvo, kulturu, medije i sport | Tijelo za tržišno natjecanje i tržišta, posljednji posjet 23. svibanj 2021.

***konzultacije o novom režimu koji će pospješiti tržišno natjecanje na digitalnim tržištima i obvezati se na razumne rokove (za čije poštivanje će snositi odgovornost) unutar kojih razumno očekuje da će propisi biti doneseni.***

### ***Isticanje javnih servisa***

160. Zajedno s predloženim i postojećim regulatornim režimima vezanim uz tržišno natjecanje na digitalnim tržištima i privatnost podataka, u UK-u također postoji i režim pružanja potpore ekosustavu vezanom uz javne servise za radiodifuziju. U našem nedavnom Izvješću pod naslovom „Budućnost javnih servisa za radiodifuziju“ razmotrili smo nekoliko izazova koji postoje vezano uz sadržaj koji se emitira na javnim servisima i trenutni režim isticanja za audio-vizualni sadržaj, koji se postoje i vezano uz *streaming* glazbe i radio. *Streaming* glazbe postavlja nekoliko izazova za režim isticanja, sličnih onima koje postavljaju i servisi koji pružaju usluge videa na zahtjev uz pretplatu. Prvo, *streaming* glazbe može ugroziti tržišni udio javnih servisa za radiodifuziju,<sup>557</sup> koji poput *streaming* servisa emitiraju glazbu i govor, ali za razliku od njih emitiraju i sadržaj koji je od ključne važnosti, poput vijesti.<sup>558</sup> Drugo, na *hardwareu* poput pametnih zvučnika, pametnih televizora, pametnih USB stikova i set-top box prijemnika, aplikacije javnih servisa nisu istaknute, nisu lako dostupne, a čak nisu ni instalirane u sklopu zadanih postavki.<sup>559</sup> Nadalje, vertikalno integrirani *streaming* servisi kroz svoj *hardware* djeluju kao posrednici u odnosu između javnih servisa i slušatelja. BBC je u svome podnesku, primjerice, naveo da će slušatelj koji, primjerice, od nekog uređaja zatraži jazz radio postaju prema zadanim postavkama dobiti popis za reprodukciju *streamingom* od YouTubea umjesto radijskog emitiranja uživo.<sup>560</sup> Međutim, *streaming* glazbe donosi i neke nove izazove. Glazbeni *streaming* servisi ne prenose sadržaj javnih servisa (što predstavlja naročito izazov za televiziju).<sup>561</sup> Neovisno o tome, iako je BBC, isprovociran *streamingom* glazbe, svojim konkurentima u borbi za slušatelje odgovorio izradom svoje vlastite aplikacije BBC Sounds, BBC ostaje u lošijoj poziciji zbog istovremenog progresivnog prelaska s radija na uređaje povezane na mrežu, pametne zvučnike i uređaje za korištenje u automobilu. Ministarstvo za digitalno gospodarstvo, kulturu, medije i sport trenutačno provodi stratešku reviziju u pogledu javnih servisa za radiodifuziju. ***Vlada mora osigurati da se u pogledu izazova koje streaming glazbe nameće režimu isticanja u UK-u pronađe odgovarajući odgovor.***

### **Sigurne luke**

#### ***Zakonske odredbe o sigurnim lukama***

161. Tijekom naše istrage mnoge osobe iz svih područja glazbene industrije digle su svoj glas protiv zakonskih odredaba o sigurnim lukama koje su prenesene u pravo UK-a iz Direktive EU-a o elektroničkoj trgovini. Cilj sigurnih luka bio je razjasniti novčanu i financijsku odgovornost davatelja usluga informacijskog društva u slučajevima prijenosa (kada je pružatelj samo „prijenosnik informacija“ (eng. *mere conduit*), privremenog smještaja informacija (eng. *caching*) i, najvažnije, smještaja informacija kojima se čini povreda (eng. *hosting*) kada pružatelj usluge „nema ni znanje ni kontrolu na

<sup>557</sup> Povjerenstvo za digitalno gospodarstvo, kulturu, medije i sport, Šesto izvješće u zasjedanju 2019.–2021., [Budućnost javnih servisa za radiodifuzijsko emitiranje](#), HC 156, odjeljak 89.

<sup>558</sup> BBC ([EMS0227](#)).

<sup>559</sup> Povjerenstvo za digitalno gospodarstvo, kulturu, medije i sport, Šesto izvješće u zasjedanju 2019.–2021., [Budućnost javnih servisa za radiodifuzijsko emitiranje](#), HC 156, odjeljak 74.

<sup>560</sup> BBC ([EMS0227](#)).

<sup>561</sup> Povjerenstvo za digitalno gospodarstvo, kulturu, medije i sport, Šesto izvješće u zasjedanju 2019.–2021., [Budućnost javnih servisa za radiodifuzijsko emitiranje](#), HC 156, odjeljak 81-8.

informacijama koje se prenose ili pohranjuju”.<sup>562</sup> Direktiva je prenesena u pravo UK-a Uredbama o elektroničkoj trgovini (EZ Direktiva) iz 2002. godine. Kako bi se pružatelji usluga mogli pozvati na to ograničenje odgovornosti vezano uz smještaj sadržaja, pobliže je određeno da ne smiju imati „stvarno znanje o nezakonitoj aktivnosti ili informaciji“ te da moraju „žurno djelovati kako bi uklonili te informacije ili onemogućili pristup“ informacijama o kojima je riječ.<sup>563</sup> Direktiva je također izričito zabranila državama članicama da nametnu opću obvezu nadzora (iako je uvela obveze nadzora sadržaja u točno određenim slučajevima).<sup>564</sup> Kasnije smjernice Suda Europske unije iz presude o prethodnim pitanjima upućenima od strane Visokog suda pravde za Englesku i Wales u predmetu *L’Oréal vs eBay*, razjasnile su da pružatelj usluge gubi zaštitu vezanu uz hosting kada „igra aktivnu ulogu“ ili „pruža pomoć s namjerom optimiziranja ili promicanja“ nezakonitog sadržaja ili aktivnosti ili ako je inače „bio svjestan činjenica ili okolnosti na temelju kojih bi pažljivi poslovni subjekt u konkretnom slučaju trebao prepoznati da se radi o nezakonitom postupanju”.<sup>565</sup>

162. Prema tome, odredbe o sigurnim lukama primjenjuju se izravno na tehnološke kompanije čiji servisi na svojim poslužiteljima smještaju sadržaj koji stvaraju korisnici (UGC), kao što su YouTube, SoundCloud, TikTok, Facebook i Twitch. U dokazima koje smo prikupili od tehnološkog sektora tijekom istrage navodi se da su sigurne luke pružile pravnu sigurnost koja je potrebna za investiranje i da su stoga pospješile kreativnost korisnika na internetu.<sup>566</sup> YouTube je naveo da je, iako odredbe o sigurnim lukama predstavljaju snažan temelj, „očito da s našim investicijama sežemo daleko izvan pravnog okvira sigurnih luka“, kao što je licenciranje glazbe.<sup>567</sup>

163. Tom Frederikse naveo je da servisi koji djeluju kao društveni mediji, kao što je YouTube, ne funkcioniraju kao izravni glazbeni *streaming* servisi, s obzirom na tu da se na njima nalazi „ogromna količina sadržaja koji su izradili korisnici, [...] videa i drugih elemenata koji nisu prisutni kod izravnih glazbenih servisa”.<sup>568</sup> Unatoč tome, YouTube dominira područjem *streaminga* glazbe. RIAA-ina podaci o prodaji pokazuju da je YouTube imao tržišni udio od 51 posto<sup>569</sup> u 2019. godini,<sup>570</sup> a Tom Gray je procijenio da su „prvih osam najpregledanijih videa na YouTubeu glazbeni spotovi”.<sup>571</sup> Broj YouTubeovih korisnika u cijelom je svijetu mnogo veći nego broj korisnika drugih servisa: Apple Music ima otprilike 60 milijuna aktivnih mjesečnih pretplatnika; Spotify je prijavio 320 milijuna aktivnih korisnika; YouTube se za razliku od toga može pohvaliti s procijenjenih dvije milijarde aktivnih mjesečnih korisnika (iako koriste platformu i za druge svrhe, a ne samo za *streaming* glazbe).<sup>572</sup> U UK-u posebice 45 posto korisnika starosti 16 ili više godina na tjednoj osnovi koristi YouTube za slušanje glazbe, što je za 10 postotnih bodova više od prvog sljedećeg servisa po popularnosti, Spotifyja; granularni podaci pokazuju da će britanski tinejdžeri vjerojatnije na tjednoj osnovi koristiti Spotify, dok sve druge demografske skupine naginju prema YouTubeu.<sup>573</sup> Ti trendovi mogli bi okrenuti još više u korist YouTubea: u SAD-u, YouTube drži 70 posto tržišta za korisnike starosti od 12 do 34 godine.<sup>574</sup>

<sup>562</sup> [Direktiva 2000/31/EZ](#).

<sup>563</sup> Uredbe o elektroničkoj trgovini (Direktiva EZ-a) iz 2020. godine, [uredba 19](#).

<sup>564</sup> [Direktiva 2000/31/EZ](#).

<sup>565</sup> Presuda od 12. srpnja 2011., C-324/09 (*L’Oréal*), ECLI:EU:C:2011:474.

<sup>566</sup> Qq530, 533–4 [Katherine Oyama].

<sup>567</sup> Q534 [Katherine Oyama].

<sup>568</sup> Q38.

<sup>569</sup> Prema manje konzervativnoj procjeni koju je podnio Sonstream Ltd, YouTubeov tržišni udio bio je ogromnih 78 posto.

<sup>570</sup> Q44; Sonstream Ltd ([EMS0154](#)); Kirstian Taylor ([EMS0198](#)); Isaac Neilson ([EMS0201](#)).

<sup>571</sup> Q44.

<sup>572</sup> PRS for Music ([EMS0158](#)).

<sup>573</sup> MIDiA Research ([EMS0073](#)).

<sup>574</sup> Musicians’ Union ([EMS0080](#)).

YouTube također igra i važnu ulogu u otkrivanju glazbe: među potrošačima iz UK-a manje je popularan kao sredstvo za otkrivanje nove glazbe jedino u usporedbi s radijem.<sup>575</sup> Sam YouTube navodi da je preko 610 kanala na YouTubeu iz UK-a privuklo preko milijun pretplatnika i da 84 posto pregleda sadržaja iz UK-a dolazi iz inozemstva, što ga čini „glavnim izvorikom britanskog talenta”.<sup>576</sup>

### **Ekonomске posljedice odredaba o sigurnim lukama**

#### *Utjecaj na servise koji smještaju sadržaj koji stvaraju korisnici*

164. Tom Gray sigurne luke opisuje kao „joker kartu za Google koja ga može osloboditi primjene pravila vezanih uz zaštitu autorskog prava i tržišnog natjecanja”.<sup>577</sup> U bitnome, odredbe o sigurnim lukama onemogućuju da *streaming* servisa koji smještaju sadržaj koji stvaraju korisnici (UGC) kazneno ili financijski odgovaraju zbog sadržaja kojim se krši autorsko pravo u dobroj vjeri, pod uvjetom da žurno postupaju u pogledu tog sadržaja kada steknu „stvarno znanje” o povredi, primjerice nakon što o tome dobiju obavijest.<sup>578</sup> Dakle, odredbe o sigurnim lukama štite poslovni model društvenih medija koji se sastoji od besplatnog korištenja i financiranja od oglašavanja, od ograničavajućih zakonskih i regulatornih obveza moderiranja, što je u praksi omogućilo korisnicima da nastave postavljati i konzumirati glazbu besplatno. Elena Segal, viša direktorica glazbenog nakladništva za cijeli svijet u trgovačkom društvu Apple Inc., navela je da odredbe o sigurnim lukama dovode do „nejednakih uvjeta tržišnog natjecanja” u korist YouTubea:

Činjenica je da oni nužno nemaju odobrenja za sve glazbu koju koriste i da ni ne moraju imati. Čak i u slučajevima kad imaju odobrenja, iznosi koji plaćaju su manji, zbog načina na koji je postavljen njihov poslovni model i načina na koji se primjenjuju tarife.<sup>579</sup>

S obzirom na to, dok drugi *streaming* servisi pregovaraju o licenciranju glazbe i tek potom glazbu stavljaju na raspolaganje potrošačima, YouTube zapravo pregovara o licencama za glazbu nakon što su tu glazbu korisnici već stavili na raspolaganje kroz njihov servis.<sup>580</sup> To YouTubeu daje stalnu kompetitivnu prednost u pogledu licenciranja glazbe u usporedbi s drugim konkurentima koji ne smještaju sadržaj koji stvaraju korisnici (UGC).<sup>581</sup>

165. Ekonomski učinak odredaba o sigurnim lukama je dvostran. Prvo, postoji izravan utjecaj na glazbenu industriju kroz njezine vlastite tarife. YouTube obično plaća u prosjeku manje po jednom *streamu* nego drugi servisi, što su primijetili mnogi akademski djelatnici i istraživači, industrijska strukovna tijela i kreativci, kao i same glazbene kompanije.<sup>582</sup> Drugo, prema MIDiA Research, unatoč tome što YouTube dominira *streamingom* kako u pogledu korištenja i korisnika, tako i u pogledu „velikog povećanja pretplata posljednjih godina što je posljedica razvoja”, on se i dalje u najvećoj mjeri financira oglašavanjem, dok su servisi koji su u vlasništvu i kojima upravlja YouTubeovo društvo majka, Alphabet, tek na četvrtom mjestu po broju pretplatnika.<sup>583</sup> Sva ta pitanja dovode do nečega što se

<sup>575</sup> MIDiA Research ([EMS0073](#)).

<sup>576</sup> YouTube ([EMS0144](#)).

<sup>577</sup> Q38.

<sup>578</sup> Zakon o autorskom pravu, dizajnu i patentu iz 1988. Godine, [odjeljak 97A](#).

<sup>579</sup> Qq616–7.

<sup>580</sup> MIDiA Research ([EMS0073](#)); Q617 [Elena Segal].

<sup>581</sup> SCRIPT ([EMS0205](#)).

<sup>582</sup> Pete Woodroffe ([EMS0018](#)); Ali Gavan ([EMS0026](#)); Beggars Group Limited ([EMS0047](#)); Anna Neale ([EMS0058](#)); MIDiA Research ([EMS0073](#)); Musicians’ Union ([EMS0080](#)); Tru Thoughts ([EMS0091](#)); Adam Fenn ([EMS0180](#)); Iain Archer ([EMS0190](#)); The Ivors Academy of Music Creators ([EMS0197](#)); Kirstian Taylor ([EMS0198](#)); SCRIPT ([EMS0205](#)); BPI ([EMS0208](#)); Incorporated Society of Musicians ([EMS0223](#)).

<sup>583</sup> MIDiA Research ([EMS0073](#)).

naziva vrijednosni jaz, jer servisi koji smještaju sadržaj koji stvaraju korisnici (UGC) i nastavljaju zaostajati u primjeni tržišnih normi koje su uveli drugi servisi u pogledu isplate naknada glazbenoj industriji.<sup>584</sup>

166. Unatoč postojanju odredaba o sigurnim lukama koje ih štite, servisi koji smještaju sadržaj koji stvaraju korisnici (UGC) koriste nekoliko alata za suzbijanje piratstva na svojim stranicama. SoundCloud, primjerice, primjenjuje sustav za prepoznavanje sadržaja koji pregledava sadržaj koji se postavlja, uspoređujući ga s referentnom bazom podataka i potom ga blokira ako se radi o istom sadržaju.<sup>585</sup> Slično tome, YouTube primjenjuje sustav za uparivanje sadržaja čije značajke su:

- Javni internetski obrasci koji, u ovom slučaju, omogućuju korisnicima da YouTubeu podnesu zahtjev za zaštitu autorskog prava;
- Alat za uparivanje autorskih djela, koji uparuje sadržaj koji na YouTube postavlja korisnik s eventualnim naknadno postavljenim sadržajem, što omogućuje nositeljima prava da zatraže uklanjanje, kontaktiraju osobu koja je sadržaj postavila ili puste da video ostane postavljen; i
- Sustav Content ID, koji je temelj učinkovitosti ostalih alata, pomoću kojeg se stvaraju tzv. „digitalni otisci“ autorskih djela na temelju metapodataka iz videa.<sup>586</sup>

167. YouTube navodi da preko polovice prihoda koje pomoću njegovog servisa ostvaruje glazbena industrija potječe od zahtjeva za zaštitu autorskog prava podnesenih preko alata Content ID.<sup>587</sup> Napominjemo da dionici (uključujući i nekoliko njih koji su podneske dostavili u povjerenju) potvrđuju da je YouTubeov sustav Content ID učinkovit i skalabilan te da je postavio standarde za alate za automatiziranu zaštitu autorskog prava.<sup>588</sup> Međutim, mi smo u kontekstu naše analize pravnog okvira vezanog uz internetsko nasilje došli do zaključka da su automatizirani sustavi, kao što su YouTubeov i SoundCloudov, možda skloni netočnostima (tj. lažno-pozitivnim i/ili lažno/negativnim rezultatima prilikom pretraživanja ili procjene nedopuštenog sadržaja) zbog tehničkih ograničenja, kao što su predrasude developera i slično.<sup>589</sup> U našem izvješću „Dezinformiranje u infodemiji covid-19“ zaključili smo da (još uvijek) ne postoji tehnološko rješenje koje u potpunosti može zamijeniti ljudsko izvještavanje i nadzor.<sup>590</sup> Nadalje, primijetili smo da tehnološki servisi često ne započinju sukobe ili drže novac u depozitu kako bi ubrzali plaćanje, što znači da kršitelji autorskog prava mogu uspješno zarađivati od nedopuštenog sadržaja prije negoli ga sustav prepozna.<sup>591</sup> Konačno, trenutačni sustavi teret stavljaju na nositelje prava koji prije pružanja zaštite moraju YouTubeu staviti na raspolaganje podatke i dokumentaciju, što obično ide na trošak izvođača u usponu ili nezavisnih izvođača.<sup>592</sup>

<sup>584</sup> Musicians' Union ([EMS0080](#)); IMPF, Independent Music Publishers International Forum ([EMS0121](#)); Artistas Intérpretes o Ejecutantes, Entidad de Gestión de Derechos de Propiedad Intelectual (AIE) ([EMS0133](#)); Association of Independent Music ([EMS0157](#)); PRS for Music ([EMS0158](#)); All Party Parliamentary Jazz Appreciation Group ([EMS0161](#)); The Ivors Academy of Music Creators ([EMS0197](#)); Qq118, 217, 221, 499–500.

<sup>585</sup> Q540 [Raoul Chatterjee].

<sup>586</sup> YouTube ([EMS0144](#)); Q461 [Katherine Oyama].

<sup>587</sup> YouTube ([EMS0144](#)).

<sup>588</sup> Isaac Neilson ([EMS0201](#)); SCRIPT ([EMS0205](#)).

<sup>589</sup> Povjerenstvo za digitalno gospodarstvo, kulturu, medije i sport, Drugo izvješće u zasjedanju 2019.–21., [Dezinformiranje u infodemiji covid-19](#), HC 234.

<sup>590</sup> Povjerenstvo za digitalno gospodarstvo, kulturu, medije i sport, Drugo izvješće u zasjedanju 2019.–21., [Dezinformiranje u infodemiji covid-19](#), HC 234, odjeljak 39.

<sup>591</sup> [Usmeni iskazi](#) koju su ranije izneseni pred Potpovjerenstvom za internetsko nasilje i dezinformiranje Povjerenstva za digitalnog gospodarstvo, kulturu, medije i sport, dana 17. prosinca 2020., HC (2019–21) 1049, Qq83–9.

<sup>592</sup> Sonstream Ltd ([EMS0154](#)).



YouTube je u tom pogledu pozvao donositelje politika da istraže mogućnost stvaranja sveobuhvatne baze glazbenih djela i zvučnih zapisa, što bi ovdje moglo imati utjecaja.<sup>593</sup>

168. YouTube je, u svome odgovoru, naglasio svoj cjelokupni doprinos glazbenoj industriji. U odgovoru na pitanje o nižim iznosima naknada „po *streamu*“, YouTubeova direktorica za odnose s vladom i javnu politiku Katherine Oyama odbila je tvrdnju da YouTube plaća manje po *streamu* nego drugi servisi, tvrdeći da „istraživanje koje to pitanje analizira i koje sam ja vidjela, pokazuje da smo apsolutno jednaki s njima”.<sup>594</sup> Gđa. Oyama nadalje je odgovorila da „ako mi zaradimo išta, većina prihoda odlazi glazbenoj industriji“ i da su nositelji prava iz industrije, uključujući umjetnike i velike i nezavisne diskografe, kao rezultat toga samo imali koristi.<sup>595</sup> Osvrćući se na kritike vezane uz isplatu naknade, YouTube tvrdi da je isplatio preko 12 milijardi \$ glazbenoj industriji zaključno sa siječnjem 2020. (uključujući 3 milijarde \$ nositeljima prava iz cijelog svijeta samo u 2019. godini) te predviđa da će „za glazbenu industriju postati broj jedan izvor prihoda do 2025. godine”.<sup>596</sup> Kada je riječ o UK-u, YouTube tvrdi da njegov kreativni ekosustav donosi koristi koje su jednake stvaranju 30.000 radnih mjesta s ugovorima o radu na neodređeno vrijeme i da doprinosi BDP-u s iznosom od 1,4 milijarde £.<sup>597</sup> Međutim, podnesak koji smo primili od Sonstream Ltd, *start-upa* sa sjedištem u UK-u koji je vlasnik alternativnog *streaming* servisa, kontekstualizirao je te iznose. Sonstream napominje da je YouTube donio samo sedam posto od svih prihoda (i da se taj iznos primjenjuje samo na glazbu koja je prepoznata kroz njihov sustav Content ID, što čini manje od polovice sve glazbe na toj platformi), iako na njega otpada 51 posto *streaminga* glazbe godišnje.<sup>598</sup> Povrh toga, Sonstream Ltd ukazuje na razliku između YouTubeovog doprinosa glazbenoj industriji u iznosu od 3 milijarde \$ i njegovih prihoda od oglašavanja koji iznose 15 milijardi \$.<sup>599</sup> Konačno, kreativci su se žalili na to da ih YouTubeova vlastita politika sprječava da sudjeluju u diobi prihoda od oglašavanja sve dok ne ostvare 1000 pretplata na svoje kanale i 4000 sati pregledavanja, što je jako teško kada ne znate na koji način algoritmi rade.<sup>600</sup> Tom Gray naveo je da bi dovođenje YouTubea u paritet s ostalim *streaming* servisima imalo pozitivne učinke za kreativce: „ako možemo povećati prinose za 10 posto, 20 posto, 50 posto od YouTubea ili ih izjednačiti s onima od Spotifyja, što bi značilo 30 puta veću vrijednost, to je ogromna količina novaca za ljude koji u osnovi nisu jako dobro plaćeni”.<sup>601</sup>

### Utjecaj na konkurente

169. Poslovni model tehnoloških kompanija koji je zaštićen odredbama o sigurnim lukama imao je i neizravni utjecaj na nositelje prava natječući se na tržištu s drugim *streaming* servisima. Prvo, zaštita YouTubeovog servisa za smještaj sadržaja koji izrađuju korisnici i koji se financira od oglašavanja putem sigurnih luka dovela je do ograničavanja mogućnosti da se promijeni cijena pretplate na *streaming*. Nekoliko svjedoka spekuliralo je da je laka dostupnost besplatne glazbe i dominacija YouTubea dovela do toga da je cijena *streaming* usluga fiksirana na 9,99 £ mjesečno fiksirana već više od deset godina (što, kao što smo razmatrali u Poglavlju 2, možda kratkoročno pogoduje potrošačima, ali bi moglo imati loše posljedice dugoročno).<sup>602</sup> Ako govorimo o stvarnim vrijednostima, statične cijene znače da je

<sup>593</sup> YouTube ([EMS0144](#)).

<sup>594</sup> Qq566–77 [Katherine Oyama].

<sup>595</sup> Qq566–79 [Katherine Oyama].

<sup>596</sup> YouTube ([EMS0144](#)).

<sup>597</sup> YouTube ([EMS0144](#)).

<sup>598</sup> Sonstream Ltd ([EMS0154](#)).

<sup>599</sup> Sonstream Ltd ([EMS0154](#)).

<sup>600</sup> Natalia Wierzbicka ([EMS0160](#)).

<sup>601</sup> Q67.

<sup>602</sup> Qq114 [Maria Forte], 118 [José Luis Sevillano].

zapravo došlo do smanjenja naknade nositeljima prava za 26 posto.<sup>603</sup> Voditelj globalnih odnosa i glavni pravnik u Spotifyju Horacio Gutierrez napomenuo je da je „ravnoteža koju moramo postići mora biti takva da glazba ne bude cjenovno nepristupačna potrošačima i takva da ih ne gurnemo natrag prema internetskom piratstvu”,<sup>604</sup> međutim, Elena Segal navela je da se to primjenjuje na zakonske besplatne servise jednako kao i na nezakonite piratske stranice, rekavši da je „natjecanje s besplatnim uvijek jako teško zbog toga što potrošači imaju izbor prijeći na besplatno” i da „je izazovno natjecati se pod nejednakim uvjetima”.<sup>605</sup> Potpredsjednik za partnerstva u pogledu sadržaja u Soundcloudu Raoul Chatterjee branio je model besplatnog korištenja tvrdeći da stranice financirane oglašavanjem postupno dodaju vrijednost industriji zbog korisnika koji si možda ne bi mogli priuštiti mjesečne pretplate te bi se mogli okrenuti piratstvu, kao i da su servisi financirani oglašavanjem često igrali dodatnu ulogu uz servise financirane pretplatom.<sup>606</sup> Međutim, iako sami servisi možda donose dodatnu vrijednost, vrijeme koje korisnici provode koristeći servise koji se financiraju oglašavanjem na uštrb servisa koji se financiraju pretplatom utjecalo bi na broj *streamova* koji bi se inače ostvarili na potonjima, što bi zatim utjecalo na naknadu nositeljima prava koja je unosnija kada se radi o *streamovima* na servisima koji se financiraju pretplatom.

170. Istovremeno, postojanje takvih servisa potaklo je druge servise da uz naplatne modele uvedu i besplatan model koji se financira oglašavanjem. Model koji se financira oglašavanjem predstavlja oportunitetni trošak (tj. trošak propuštene prilike do kojeg dolazi izborom jedne opcije nad drugom) za *streaming* servise i nositelje prava. G. Gutierrez objasnio je da 90 posto prihoda dolazi od pretplata, za razliku od 10 posto prihoda koji dolaze od modela koji se financira oglašavanjem,<sup>607</sup> unatoč što je pretplatnika 155 milijuna, a korisnika modela financiranog oglašavanjem 199 milijuna.<sup>608</sup> Objasnjavajući Appleovu poziciju, Elena Segal navela je da „mi ne mislimo da servis financiran oglašavanjem može ostvariti dovoljno prihoda da bi zdravim održavao cjelokupni ekosustav, a također bi bio protivan i našim temeljnim vrijednostima vezanim uz privatnost”.<sup>609</sup> Međutim, potrebno je naglasiti da to nije samo zbog prisutnosti i dominacije YouTubea na tržištu. I Spotify i Amazon potvrdili su da bi i u hipotetskoj situaciji u kojoj ne bi bilo YouTubea nastavili primjenjivati i besplatni model financiran oglašavanjem i naplatni model financiran pretplatom.<sup>610</sup> G. Gutierrez naveo je da on vjeruje „kako *freemium* usluga ima svoju vrijednost sama po sebi”.<sup>611</sup> to je vjerojatno zbog nedavnog iskustva industrije s digitalnim piratstvom,<sup>612</sup> kao i zbog činjenice da je 60 posto pretplatnika Spotifyja prvo počelo koristiti njihov besplatni servis financiran oglašavanjem.<sup>613</sup>

**171. Odredbe o sigurnim lukama koje su prenesene u pravo UK-a duboko su utjecale na tržište vezano uz digitalno konzumiranje glazbe. YouTubeova dominacija na tržištu glazbe pokazuje da se tržište nagnulo prema monopolu. Odredbe o sigurnim lukama daju servisima koji smještaju sadržaj koji stvaraju korisnici (UGC) kompetitivnu prednost pred drugim servisima i potkopavaju poziciju glazbene industrije prilikom pregovora o licenciranju time što tim servisima daju široka ograničenja**

---

<sup>603</sup> Q18.

<sup>604</sup> Q597.

<sup>605</sup> Qq598, 616.

<sup>606</sup> Q541 [Raoul Chatterjee].

<sup>607</sup> Q634.

<sup>608</sup> Qq627–35.

<sup>609</sup> Q642.

<sup>610</sup> Qq638–41 [Horacio Gutierrez, Paul Firth].

<sup>611</sup> Q640.

<sup>612</sup> Q387 [Paul Pacifico].

<sup>613</sup> Q628 [Horacio Gutierrez].

odgovornosti. To je dovelo do smanjenja vrijednosti tržišta digitalne glazbe i u stvarnim i u apsolutnim vrijednostima, iako ti servisi ostvaruju više milijardi dolara prihoda od oglašavanja.

172. Napominjemo da je Tijelo za tržišno natjecanje i tržišta razvilo pravni okvir za pospješivanje tržišnog natjecanja za tehnološke kompanije sa „strateškim položajem na tržištu“ koje dominiraju digitalnim tržištima. *Tijelo za tržišno natjecanje i tržišta trebalo bi razmotriti označavanje YouTubeovog streaming servisa kao kompanije sa strateškim položajem na tržištu kako bi se potaklo tržišno natjecanje s njegovim proizvodima.*

### **Direktiva EU-a o autorskim pravima na jedinstvenom digitalnom tržištu**

173. Dokazi koje smo prikupili od osoba iz glazbene industrije često su ukazivali na Direktivu Europske unije o autorskim pravima na jedinstvenom digitalnom tržištu kao na jedno od potencijalnih rješenja problema koje uzrokuju odredbe o sigurnim lukama. Tom Direktivom uvedena je nova kategorija servisa koji se nazivaju pružatelji usluge dijeljenja sadržaja putem interneta, čija je „glavna svrha ili jedna od glavnih svrha pohranjivanje velike količine djela zaštićenih autorskim pravima ili drugih predmeta zaštite koje su učitali njegovi korisnici i davanje pristupa javnosti tim djelima ili drugim predmetima zaštite, koje organizira i promovira u svrhu ostvarivanja dobiti.“<sup>614</sup> Članak 17. Direktive određuje da se ograničenje odgovornosti za smještaj sadržaja koje uređuje Direktiva o elektroničkoj trgovini ne primjenjuje kada pružatelj usluge „obavlja priopćavanje javnosti ili stavljanje na raspolaganje javnosti“.<sup>615</sup> Uzimajući u obzir navedeno, pružatelj usluge odgovara za povredu autorskog prava, osim ako ne pokaže da je poduzeo „sve što je u njegovoj moći“ da dobije odobrenje (tj. licencu) i da ukloni djela za koje su nositelji prava pružili relevantne i potrebne informacije u tom pogledu (tj. obrazloženu prijavu za uklanjanje sadržaja), i „djelovali žurno“ radi uklanjanja spornog sadržaja i sprječavanja njihovog učitavanja u budućnosti (tj. trajnog uklanjanja).<sup>616</sup> Dakle, iako Direktiva zadržava osnovno ograničenje odgovornosti tih servisa, njome su uvedene dodatne obveze koje oni moraju ispuniti kako bi ga zadržali.

174. Stav Vlade o Direktivi o autorskim pravima na jedinstvenom digitalnom tržištu posljednjih godina se promijenio. Prije izlaska UK-a iz Europske unije, UK je doprinio donošenju Direktive i aktivno ga podržavao. U prosincu 2018. godine tadašnja ministrica za digitalno gospodarstvo i kreativne industrije Margot James (parlamentarna zastupnica) rekla je prijašnjem Povjerenstvu da pozdravlja Direktivu,<sup>617</sup> a u srpnju 2019. godine javno je rekla da se sastala s tijelima iz kreativnih industrija kako bi raspravljali o tome koji bi bio najbolji način njezine implementacije.<sup>618</sup> U siječnju 2020. godine, njezin nasljednik na mjestu ministra za sport, medije i kreativne industrije Nigel Adams ponovno je potvrdio da Direktiva „sadrži mnoge zaštitne mehanizme za naš kreativni sektor“, ali je naveo da nije donesena odluka hoće li se ona usvojiti.<sup>619</sup> Manje od tjedan dana kasnije, Vlada je pojasnila da njezino obećanje da neće odgoditi izlazak iz EU-a znači i da neće implementirati Direktivu.<sup>620</sup> U iskazu koji je dao u vezi s našom istragom, ministar Dinenage, zajedno s Timom Mossom i ministricom za znanost, istraživanje i inovacije u Ministarstvu za gospodarstvo, energiju i industrijsku strategiju Amandom Solloway (parlamentarnom

<sup>614</sup> [Direktiva EU 2019/790](#), članak 2.

<sup>615</sup> [Direktiva EU 2019/790](#), članak 17.

<sup>616</sup> [Direktiva EU 2019/790](#).

<sup>617</sup> Povjerenstvo za digitalno gospodarstvo, kulturu, medije i sport, Deveto izvješće u zasjedanju 2017.–19., [Glazba uživo](#), HC 733, odjeljak 112.

<sup>618</sup> Equity ([EMS0173](#)).

<sup>619</sup> Equity ([EMS0173](#)).

<sup>620</sup> Equity ([EMS0173](#)).

zastupnicom), naveo je da će Vlada pričekati i vidjeti rezultate, prije nego što odluči o implementaciji Direktive, ali je odbio dati okvirne rokove vezano uz to.<sup>621</sup>

175. U svom odgovoru tehnološki sektor pozdravio je stav Vlade i zatražio da politika UK-a bude „izvjesna“.<sup>622</sup> Udruga Internet Association, koja zastupa preko 40 internetskih kompanija na svijetu „ohrabruje i Povjerenstvo i Vladu UK-a da primijene pristup koji se temelji na dokazima i promišljanju prilikom razmatranja bilo kakvih potencijalnih izmjena autorskopavnog okvira u UK-u općenito, a naročito izmjena nalik onima koje uvodi nedavna Direktiva EU-a o autorskim pravima“.<sup>623</sup> YouTube u svom vlastitom podnesku navodi da nikakve promjene ne bi trebale biti uvođene u autorsko pravo prije „izrade cjelovite ekonomske procjene o utjecaju članka 17“.<sup>624</sup> Također se tvrdi da oprez dijele još neki u glazbenoj industriji, navodeći sljedeće:

Neki od nositelja prava na glazbi izrazili su zabrinutost da bi novi propisi mogli biti tako zbunjujući da bi mnogi sporedni nositelji prava—u pogledu sporednijih uporaba u glazbenim videima kao što je igračka ili nositelj autorskih prava na dizajnu na majici—dobili ovlaštenja da uklone njihov sadržaj i umanje njihove prihode. Ja zapravo mislim da je takva zabrinutost opravdana.<sup>625</sup>

176. Međutim, dokazi koje smo primili potvrđuju da glazbena industrija i dalje naširoko podržava Direktivu, kao što ju je podržavala i tijekom istrage prijašnjeg Povjerenstva o „Glazbi uživo“.<sup>626</sup> Prvo, mnogi u industriji podržavaju cilj Direktive da propiše način licenciranja glazbe servisima koji smještaju sadržaje koje stvaraju korisnici (UGC).<sup>627</sup> Drugo, podržavaju pokušaj Direktive da riješi problem piratstva kroz obveze vezane uz trajno uklanjanje.<sup>628</sup> Mnogi su glazbenici, i nezavisno i kroz udugu Musicians' Union i strukovne udruge, zatražili da UK „ne zaostane u pogledu osnovnih prava i zaštita u odnosu na djela kreativaca“; drugi su naveli da bi to omogućilo uzajamnost i jednake uvjete u Europi kada se govori u autorskopravnoj zaštiti, čime će se štititi i interesi kreativaca.<sup>629</sup>

177. Međutim, Direktiva o autorskom pravu nije čarobno oružje za borbu protiv problema koje su stvorile odredbe o sigurnim lukama. Beggars Group je u svom pisanom podnesku upozorio na moć lobiranja tehnološke industrije koja je, primjerice, dovela do toga da su pojedine države članice poput Njemačke donijele prijedlog zakona o implementiranju Direktive u kojem su nositelji prava stavljeni u gori položaj nego ranije.<sup>630</sup> Međutim, u nekoliko podnesaka navedeno je da bi Direktiva mogla ići i

<sup>621</sup> Qq751–4 [Caroline Dinenage, Amanada Solloway, Tim Moss].

<sup>622</sup> YouTube ([EMS0144](#)); Q531 [Katherine Oyama].

<sup>623</sup> Internet Association ([EMS0164](#)).

<sup>624</sup> YouTube ([EMS0144](#)).

<sup>625</sup> Q532 [Katherine Oyama].

<sup>626</sup> Povjerenstvo za digitalno gospodarstvo, kulturu, medije i sport, Deveto izvješće u zasjedanju 2017.–19., [Glazba uživo](#), HC 733, odjeljak 112.

<sup>627</sup> International Federation of Musicians (FIM) ([EMS0025](#)); Marcus Cain ([EMS0049](#)); MIDiA Research ([EMS0073](#)); Helienne Lindvall ([EMS0112](#)); IMPF, Independent Music Publishers International Forum ([EMS0121](#)); Association of Independent Music ([EMS0157](#)); Council of Music Makers, Featured Artists Coalition (FAC), Ivors Academy, Music Managers' Forum (MMF), Music Producers' Guild (MPG), and Musicians' Union (MU) ([EMS0172](#)); Creators' Rights Alliance ([EMS0187](#)); Iain Archer ([EMS0190](#)); The Ivors Academy of Music Creators ([EMS0197](#)); Isaac Neilson ([EMS0201](#)); SCRIPT ([EMS0205](#)).

<sup>628</sup> Ali Gavan ([EMS0026](#)); Beggars Group Limited ([EMS0047](#)); MN2S Label Services ([EMS0055](#)); dr. Gareth Bonello ([EMS0069](#)); DIUO ([EMS0074](#)); IMPF, Independent Music Publishers International Forum ([EMS0121](#)); Cognizant ([EMS0134](#)); Renee Sheehan ([EMS0195](#)); BPI ([EMS0208](#)).

<sup>629</sup> Anna Neale ([EMS0058](#)); Musicians' Union ([EMS0080](#)); Joe Newman ([EMS0083](#)); British Copyright Council ([EMS0139](#)); PRS for Music ([EMS0158](#)); Equity ([EMS0173](#)); SCRIPT ([EMS0205](#)).

<sup>630</sup> Beggars Group Limited ([EMS0047](#)).

dalje, kako bi se postrožile obveze servisa.<sup>631</sup> Sonstream, primjerice, navodi da teret prisilne provedbe obveza opisanih u Direktivi mora pasti na servise, a ne na nositelje prava.<sup>632</sup> Dr. Hayleigh Boshier, viši predavač prava intelektualnog vlasništva na Sveučilištu Brunel, slično tome navodi da je „glavno ograničenje članka 17. Direktive tekst da platforme, kao što je YouTube—koje je taj propis imao namjeru obuhvatiti—samo trebaju učiniti "sve što je u njihovoj moći" da bi dobili odobrenje”, za što će „one navesti da je njihov trenutni sustav Content ID-a dovoljan da zadovolji tu pretpostavku”, a time potencijalno i narušiti ciljeve Direktive.<sup>633</sup> To bi moglo dovesti do lošijeg ishoda kod kojeg bi YouTube, kao postojeće, dominantno društvo nastavio djelovati kao što to sada čini, no novi subjekti na tržištu koji bi se natjecali za YouTubeov tržišni udio mogli bi se suočiti s dodatnim barijerama za ulazak na tržište koje su nerazmjerno velike. Uz pozivanje na implementaciju pretpostavki za trajno uklanjanje, BPI traži i odgovarajuću provedbu obveza poznavanja vlastitih korisnika (koje već načelno postoje u pravu UK-a i zahtijevaju od digitalnih servisa da otkriju identitet njihovih komercijalnih partnera i kupaca), kako bi se omogućila učinkovitija zaštita od povrede autorskih prava i smještaja nezakonitih sadržaja, uz minimalno opterećivanje poslovnih subjekata koji posluju zakonito.

**178. Kao što smo naveli, Vlada nam je više puta rekla da neće implementirati Direktivu o autorskim pravima na jedinstvenom digitalnom tržištu. Međutim, kako bi se osiguralo da glazbeni kreativci i kompanije prosperiraju na globalno važnom glazbenom tržištu UK-a, Vlada mora omogućiti zaštite za nositelje prava koje su barem toliko snažne kao što su one koje postoje u drugim pravnim sustavima. Vlada bi prioritetno trebala uvesti snažne i pravno provedive obveze kojima bi se uredilo licenciranje za servise koji smještaju sadržaj koji stvaraju korisnici (UGC), s ciljem rješavanja problema poremećaja na tržištu i „vrijednosnog jaza“ koji postoji u vezi sa streamingom glazbe. Vlada se mora pobrinuti da te obveze budu razmjerne tako da se primjenjuju na dominantne igrače kao što je YouTube, ali da ne obeshrabruju nove igrače na tržištu. Također se mora pobrinuti da se postojeće obveze ostvaruju na odgovarajući način, te u svome Odgovoru podrobno opisati kako planira postupiti u vezi sa zabrinutošću diskografske industrije u pogledu provedbe postojećih obveza vezanih uz „poznavanje vlastitih korisnika“.**

## Modeli plaćanja

### Razmjerni sustav

179. Među različitim modelima koji su se pojavili u vezi s plaćanjem *streaminga* glazbe, prevladavajući model koji u određenom obliku primjenjuju svi veliki *streaming* servisi je razmjerni model. Kod toga modela, servis zbraja sav neto prihod za raspodjelu od određene populacije i raspodjeljuje novac sukladno razmjeru zbirnih *streamova* koje je ostvario svaki nositelj prava.<sup>634</sup> To se može izraziti kao (*neto prihod za raspodjelu* ÷ *ukupan broj streamova*) × *razmjerni udio u ukupnom broju streamova*. U usmenim iskazima predstavnici *streaming* servisa naveli su da se prihodi združuju ovisno o izvoru, tako da se prihodi od pretplate i od oglašavanja obračunavaju odvojeno.<sup>635</sup> Will Page, bivši glavni ekonomist u Spotifyju, navodi da je sustav „prirođeno pošten“, utoliko što je učinkovit, transparentan (u mjeri u kojoj svaki *stream* vrijedi isto nositeljima prava) i ekonomičan.<sup>636</sup> G. Page potvrđuje da model

<sup>631</sup> Just East of Jazz ([EMS0079](#)); Musicians' Union ([EMS0080](#)); Sonstream Ltd ([EMS0154](#)); Adam Fenn ([EMS0180](#)); dr. Hayleigh Boshier ([EMS0254](#)).

<sup>632</sup> Sonstream Ltd ([EMS0154](#)).

<sup>633</sup> Dr. Hayleigh Boshier ([EMS0254](#)).

<sup>634</sup> Will Page ([EMS0166](#)).

<sup>635</sup> Q633.

<sup>636</sup> Will Page ([EMS0166](#)).

„međutim, ne prepoznaje da dva različita potrošača nužno ne vrednuju svoje *streamove* jednako— tako da su oni koji slušaju više zapravo subvencionirani od strane onih koji slušaju manje”.<sup>637</sup>

### Alternativni modeli

180. Mnogo je osoba zatražilo da se prihodi raspodjeljuju koristeći sustav plaćanja usmjeren na korisnike, među kojima su izvođači, autori pjesama i skladatelji različitih žanrova te njihova strukovna tijela, istaknuti akademski djelatnici, nekoliko diskografskih kuća i nakladnika, kao što je MBG, i drugi glazbeni poslovni subjekti, kao što su Hipgnosis Songs Fund i Soundtrack Your Brand.<sup>638</sup> Kao što Will Page objašnjava, kod raspodjele usmjerene na korisnika izolirao bi se iznos pretplate svakog potrošača te bi se dodijelio isključivo snimkama koje je slušao taj potrošač.<sup>639</sup> Međutim, iako g. Page, AIM i drugi navode da bi raspodjela usmjerena na korisnike povećala administrativne i operativne troškove zbog toga što je složenija,<sup>640</sup> takva raspodjela bi vjerojatno bila moguća u okviru trenutnih procesorskih ograničenja suvremenih računalnih sustava (koji se neovisno o tome neprestano poboljšavaju). Tom Gray je u svom usmenom iskazu zagovarao raspodjelu usmjerenu na korisnike, navodeći da bi se na taj način bolje financirali manje komercijalni žanrovi, kao što su klasična, jazz, regionalna i nacionalna glazba, koja inače ne bi ostvarila značajan dio od ukupnog broja *streamova*, ako se razmatra razmjerno.<sup>641</sup> Međutim, sustav plaćanja usmjeren na korisnike mogao bi koristiti izvođačima (samo) u mjeri u kojoj bi njihovi slušatelji više od prosjeka slušali njihove snimke, a ne bi koristio onima koji imaju razmjernu tržišnu udjele u pogledu *streamova*, koji su veći od prosjeka. Time se, naravno, ne bi povećala prosječna isplata umjetnicima, kao ni njihov udio; u mjeri u kojoj bi neki umjetnici bili na dobitku zbog takve promjene, drugi bi izgubili. Međutim, iz dokaza koje smo primili proizlazi da, unatoč tome, mnogi potrošači žele da novac od njihovih pretplata dođe izravno umjetnicima koje slušaju,<sup>642</sup> što u određenoj mjeri može objasniti sve veći broj umjetnika koji sadržaj objavljuju izravno obožavateljima na platformama kao što je Patreon.<sup>643</sup> Creators' Rights Alliance i glavni izvršni direktor AIM-a Paul Pacifico također su napomenuli da bi sustav usmjeren na korisnike pomogao u zaštiti od prijevара do kojih dolazi zbog lažnih reproduciranja, pri čemu lažni i/ili automatizirani korisnički računi mogu umjetno napuhati razmjernu udjele *streamova*.<sup>644</sup> Akademski istraživanja također ukazuju na to da bi sustav plaćanja usmjeren na korisnike mogao doprinijeti razjašnjavanju i uklanjanju problema vezanih uz alokaciju isplata za prava, pospješiti odnos između umjetnika i publike i kod korisnika potaknuti etičniju potrošnju.<sup>645</sup> Osobe iz cijele glazbene industrije, uključujući izvođače, autore pjesama, skladatelje, nakladnike i neke nezavisne diskografe, u prikupljenim su dokazima naknadno

<sup>637</sup> Will Page ([EMS0166](#)).

<sup>638</sup> Qq54–7, 86, 90, 103, 106, 161, 195, 197; Iain Cameron ([EMS0015](#)); dr. Gary Sinclair ([EMS0019](#)); Ben Sizer ([EMS0050](#)); Anna Neale ([EMS0058](#)); Just East of Jazz ([EMS0079](#)); Musicians' Union ([EMS0080](#)); Steve Farris ([EMS0131](#)); Verity Susman ([EMS0136](#)); Profesor David Hesmondhalgh ([EMS0143](#)); All Party Parliamentary Jazz Appreciation Group ([EMS0161](#)); Christian Castle ([EMS0165](#)); Creators' Rights Alliance ([EMS0187](#)); The Ivors Academy of Music Creators ([EMS0197](#)); SCRIPT ([EMS0205](#)); BMG ([EMS0207](#)); Incorporated Society of Musicians ([EMS0223](#)); Soundtrack Your Brand ([EMS0228](#)); Hipgnosis Songs Fund Limited ([EMS0237](#)); Musicians' Union ([EMS0258](#)).

<sup>639</sup> Will Page ([EMS0166](#)).

<sup>640</sup> Will Page ([EMS0166](#)); Association of Independent Music ([EMS0285](#)); Q353.

<sup>641</sup> 641 Qq55–7; see also Q195 [Fiona Bevan].

<sup>642</sup> Qq18–9 [Tom Gray].

<sup>643</sup> Patreon, Inc. ([EMS0110](#)).

<sup>644</sup> Creators' Rights Alliance ([EMS0187](#)); Q355.

<sup>645</sup> Dr. Gary Sinclair ([EMS0019](#)); profesor David Hesmondhalgh ([EMS0143](#)).

zatražile uvođenje sustava plaćanja usmjerenog na korisnike ili su barem izrazile pozitivno mišljenje o takvom sustavu.<sup>646</sup>

181. Kao što smo razmatrali u Poglavlju 2, trebalo bi priznati da *start-upovi* kao što su Resonate i Sonstream predstavljaju maštovita i dinamična rješenja za probleme koje umjetnici imaju zbog *statusa quo* u pogledu primjene razmjernog sustava. Etabilirani *streaming* servisi, uključujući Spotify, pokazali su otvorenost u pogledu iskušavanja novih modela plaćanja.<sup>647</sup> Slično tome, članovi društva Entertainment Retailers' Association zavjetovali su se da će „pružiti podatke koji će omogućiti industriji da analizira učinke usvajanja licenciranja usmjerenog na korisnike”.<sup>648</sup> Soundcloud je nedavno objavio da će u pogledu nezavisnih kreativaca iskušati, kako ih naziva, „tantijeme na pogon obožavatelja”.<sup>649</sup>

182. U usmenim iskazima i pisanim dokazima velike glazbene grupacije bile su relativno neodlučne po pitanju uvođenja plaćanja usmjerenog na korisnike, iako su ponovno istaknule nekoliko kritika u pogledu tog modela. Ističemo da je Universal bio najotvoreniji u pogledu traženja alternativa, pozdravljajući „bilo koji prijedlog kojim se maksimizira pravednost i transparentnost i koji pomaže tržišni rast”.<sup>650</sup> Sony je i u usmenim iskazima i u pisanim podnescima preporučio da se postupa oprezno, s obzirom na to da bi primjena pristupa usmjerenog na korisnike nužno značila preraspodjelu novca sa kreativaca kojima ide dobro u razmjernom sustavu na one kojima bi išlo dobro u sustavu plaćanja usmjerenom na korisnike, te je preporučio izradu „temeljite i usklađene studije utjecaja kako bi se osigurala podrška u cijeloj industriji”.<sup>651</sup> I Sony i Warner iskoristili su priliku jasno reći da ugovori između industrije i *streaming* servisa ne bi dopustili servisima da jednostrano promijene metodologiju obračuna bez izmjene ugovora o licencijama.<sup>652</sup>

**183. Debata o tome treba li koristiti prevladavajući razmjerni model plaćanja ili alternativne metodologije, kao što je usmjerenost na korisnike, bila je izuzetno zanimljiva. Pozitivno je to što novi servisi osmišljavaju nove i kreativne načine da bi uklonili zabrinutost kreativaca i potrošača o pravednosti i transparentnosti u pogledu isplata naknada od *streaminga* kreativcima. Međutim, zabrinuti smo zbog toga što trenutni ugovori između velikih glazbenih kompanija i *streaming* servisa imaju potencijal ugušiti daljnje inovacije, ako se budu zloupotrebljavali. Tijelo za tržišno natjecanje i tržišta trebalo bi u svome postupku (čije pokretanje smo preporučili u odjeljku 111) razmotriti imaju li ti ugovori potencijala spriječiti (ili već sprječavaju) eksperimentiranje i inovacije od strane *streaming* servisa.**

## Značajke *streaminga* uživo i digitalne glazbe

184. Kao što smo razjasnili kroz našu istragu, tehnološki razvoj znatno je utjecao na način konzumiranja glazbe i, kroz inicijative kao što su WIPO-vi Internetski ugovori i Direktiva EU-a o autorskim pravima na jedinstvenom digitalnom tržištu, izaziva istodobne (međunarodne) političke odgovore tehnologiji. Nužno je prepoznati da konzumiranje glazbe neće ostati statično te će vjerojatno evoluirati s razvojem

<sup>646</sup> Qq55–7, 161, 195, 353–6, 535, 590; Matthew Whiteside ([EMS0022](#)); Ben Sizer ([EMS0050](#)); Anna Neale ([EMS0058](#)); dr. Gareth Bonello ([EMS0069](#)); Just East of Jazz ([EMS0079](#)); Musicians' Union ([EMS0080](#)); Steve Farris ([EMS0131](#)); Verity Susman ([EMS0136](#)); All Party Parliamentary Jazz Appreciation Group ([EMS0161](#)); Christian Castle ([EMS0165](#)); Creators' Rights Alliance ([EMS0187](#)); The Ivors Academy of Music Creators ([EMS0197](#)); BMG ([EMS0207](#)); Incorporated Society of Musicians ([EMS0223](#)); Soundtrack Your Brand ([EMS0228](#)).

<sup>647</sup> Qq535 [Raoul Chatterjee], 590 [Horacio Gutierrez].

<sup>648</sup> Entertainment Retailers Association ([EMS0081](#)).

<sup>649</sup> “[SoundCloud goes user-centric with its 'fan-powered royalties'](#)”, Music Ally (2. ožujka 2021.).

<sup>650</sup> Universal Music UK & Ireland ([EMS0281](#)).

<sup>651</sup> Sony Music UK & Ireland ([EMS0280](#)); Q277 [Jason Iley].

<sup>652</sup> Sony Music UK & Ireland ([EMS0280](#)); Warner Music UK ([EMS0279](#)).

digitalne tehnologije. Kao što je Nile Rodgers primijetio, „s promjenom tehnologije [...], trebali bi imati načina izračunati vrijednost intelektualnog vlasništva. Trebamo imati način da razumijemo kako industrija određuje cijenu.”<sup>653</sup>

185. Jedna takva promjena već je pred nama: uloga *streaminga* uživo kao izravnog i neizravnog načina konzumiranja glazbe. On već postaje područjem prijepora unutar glazbene industrije i između glazbenog i tehnološkog sektora. Prvo, *streaming* uživo nudi nove načine stvaranja glazbe izvođačima, s obzirom na oslanjanje na prihode od svirki uživo. Kao što je naveo Geoff Taylor, glavni izvršni direktor BPI-a, pandemija mu je dala još veći poticaj:

*Streaming* uživo nije bio značajni dio poslovanja za umjetnike u smislu koncerata te su umjetnici očitom morali postati jako kreativni u tome kako od *streaminga* uživo napraviti novi poslovni model.<sup>654</sup>

Katherine Oyama, direktorica za odnose s vladom i javnu politiku u YouTubeu, opisala je uspješnost *streaminga* uživo za neke izvođače:

Proučavali smo *streaminge* uživo. U posljednjih nekoliko mjeseci, imali smo koncerte prenošene *streamingom* uživo—Blackpink je dobar primjer. Oni su upravo prodali karte za koncert uživo na YouTubeu. Za jedan koncert rasprodali su kapacitet O2 arene puta 20. Mislim da je i Niall Horan nedavno održao jedan u UK-u iz dvorane Royal Albert Hall; imao je otprilike 150.000 kupaca, a svaki je platio možda 20 \$. Tu se radi o diversificiranju i traženju možete li više unovčiti prijenose *streamingom* uživo. Mnogo umjetnika okreće se svojim kanalima kako bi prodali vlastitu robu ili čak svoje vlastite ploče na vinilu. Neki eksperimentiraju s članstvima za svoje kanale. Mislim da će biti još više takvih prilika.<sup>655</sup>

Unatoč tim prilikama, *streaming* uživo već je uzrokovao prijepore unutar glazbene industrije. U prosincu 2020. godine, PRS je svojim članovima nametnuo tarifu od osam do 17 posto na prijenose *streamingom* uživo, što je povećanje u odnosu na uobičajenu tarifu od 4,2 posto za nastupe uživo, te je objavio da će naplaćivati paušalnu naknadu za nastupe koji ostvare manje od 500 £ i 251 £, neovisno o zaradi.<sup>656</sup> Taj potez su poslije kritizirale industrijske grupe zbog toga što se na taj način kažnjavaju lokalni izvođači i kantautori i ne bio donio željene koristi za lokalne kantautore,<sup>657</sup> te je PRS poslije odustao od prijedloga za uvođenje paušalne naknade.<sup>658</sup> U svibnju 2021. godine, PRS for Music je kritiziran i zbog retroaktivnog uvođenja tarife od deset posto radi „pružanja potpore sektoru glazbe uživo tijekom prisilnog zatvaranja” na prijenose *streamingom* uživo uz prihode od preko 1.500 £.<sup>659</sup> Kako *streaming* uživo bude postajao sve popularniji, uz potencijalni utjecaj na budućnost sviranja uživo, takvi problemi bi se i dalje mogli pojavljivati.

186. Drugo, s daljnjim rastom *streaminga* uživo u drugim kontekstima, kao što su video igre, zabava i drugi kulturni sektori, rasti će i potencijal za povrede autorskih prava. Tu se može raditi o povredi od strane osoba koje stvaraju *stream*. Primjerice, u studenom 2020. godine, Twitch je izašao s blog

<sup>653</sup> Q169.

<sup>654</sup> Q463.

<sup>655</sup> Q549.

<sup>656</sup> [“UK music industry outraged over licence fee cost for live-streamed events”](#), The Guardian (28. siječnja January 2021.).

<sup>657</sup> [“Music industry hits back at new PRS tariffs for livestream performances”](#), NME (28. siječnja 2021.).

<sup>658</sup> [“PRS for Music backs down on livestream licence fee plan”](#), The Guardian (1. veljače 2021.).

<sup>659</sup> [“PRS Issues a 10% Backdated Livestream Tariff—Not Everyone’s So Thrilled With the ‘Discount’”](#), Digital Music News (7. svibnja 2021.).



objavom u kojoj je odgovorio na frustracije svojih vlastitih kreativaca u pogledu „nagle lavine obavijesti“, s obzirom na to da su „predstavnicima velikih diskografskih kuća svakoga tjedna počeli slati tisuće obavijesti [na temelju Zakona o autorskom pravu u digitalnom mileniju] koje su ciljale na arhive kreativaca, koje su većinom sadržavale isječke snimaka u više godina starim video isječcima“, od kojih su njih 99 posto bile snimke glazbe koju su korisnici puštali u pozadini svojih *streamova*.<sup>660</sup> Međutim, tu bi se također moglo raditi i o povredi koju omogućuje *streaming* uživo (ispravno licenciranog i zakonito korištenog) sadržaja. Kao što je Geoff Taylor objasnio, ovaj oblik piratstva omogućen je *stream-rippingom*:

Istovremeno, nezakoniti *streaming* sadržaja uživo, ili nezakoniti *streamovi*, nisu bili veliki dio problema s piratstvom. Tu smo vidjeli povećanje, ali naročito pojavu takozvanih *stream-ripper*a. Servisi kao što je YouTube, koji prikupljaju ogromne količine sadržaja, taj sadržaj ne štite propisno, tako da imate te neprijateljske aplikacije koje se zovu *stream-ripperi*, na mobilnim uređajima, koje će zapravo pretvoriti *stream* uživo u preuzimanje—tako da tu pjesmu imate besplatno, zauvijek.<sup>661</sup>

**187. S daljnjim razvojem tehnologije, Vlada mora osigurati da autorsko pravo može ispunjavati svoju svrhu i da postoje odgovarajući mehanizmi pomoću kojih nositelji prava mogu svoja prava ostvarivati. Ured za intelektualno vlasništvo ne smije biti pasivni svjedok, nego mora biti aktivni igrač, naročito u području sustavnih prijepora između nositelja prava ili u slučajevima u kojima nositelji prava smatraju da se njihova prava sustavno krše. Preporučujemo da Vlada zauzme jasan stav o streamingu uživo, i vezano uz naknadu nositeljima prava i vezano uz sektor glazbe uživo te da objasni koje korake poduzima kako bi pomogla nositeljima prava u borbi s povredom autorskih prava. Također treba objasniti što ona i Ured za intelektualno vlasništvo rade u pogledu prepoznavanja novih prijetnji za nositelje prava koje omogućuju ili uzrokuju nove tehnologije.**

<sup>660</sup> Twitch, [Music-Related Copyright Claims and Twitch](#) (11. studenog 2020.).

<sup>661</sup> Q463.

# Prilog 1.: Pojmovnik

Tablica 1.:<Pojmovnik s objašnjenjima važnih pojmova>

Pojam	Definicija
Agregator	Posrednik koji u ime trgovačkih društava dostavlja glazbu pružateljima digitalnih usluga.
AIE	Artistas Intérpretes o Ejecutantes, Entidad de Gestión de Derechos de Propiedad Intelectual. Španjolsko društvo za kolektivno ostvarivanje prava koje djeluje u cijelom svijetu temeljem 98 uzajamnih ugovora sklopljenih s društvima za kolektivno ostvarivanje prava u 57 zemalja.
AIM	Association of Independent Music. Strukovna organizacija nezavisne glazbene zajednice iz UK-a, koja zastupa preko 1000 nezavisnih diskografskih kuća i povezanih poslovnih subjekata.
Anglo-američki repertoar	Obično označava pjesme koju su prijavljene društvima za kolektivno ostvarivanje prava u UK-u, Irskoj, Sjedinjenim Američkim Državama, Kanadi, Australiji, Novom Zelandu i Južnoj Africi.
Autor	Sveobuhvatni naziv za skladatelje i autore pjesama.
Autor pjesama	Osoba koja piše glazbu i stihove za pjesme u bilo kojem žanru.
BPI	British Phonographic Industry Limited. Strukovna organizacija iz UK-a koja zastupa diskografsku industriju, uključujući tri velike diskografske kuće i preko 400 nezavisnih diskografskih kuća..
CMO	Organizacija za kolektivno ostvarivanje prava (vidi društvo za kolektivno ostvarivanje prava).
Diskografska kuća	Trgovačko društvo koje na tržište stavlja snimljenu glazbu i prateće video spotove, ulaže u nove umjetnike i ostvaruje autorska prava, koje se u engleskom jeziku naziva „record label“ zbog okrugle naljepnice koja se stavljala na naslovnici fizičkih nosača zvuka. Također se naziva i diskograf.
Distributer	Posrednik koji stavlja snimljenu glazbu na odgovarajuća (fizička i digitalna) tržišta.
Djelo	Glazbena skladba, koja se sastoji od glazbe i stihova.
Društvo za kolektivno ostvarivanje prava	Nevladina organizacija osnovana na temelju propisa o autorskom pravu ili privatnog ugovora, koja u ime kreativaca daje odobrenja za korištenje djela zaštićenih autorskim i srodnim pravima i bavi se kolektivnim ostvarivanjem prava. Također se naziva društvo za autorsko pravo/srodna prava, agencija za kolektivno ostvarivanje prava ili organizacija za kolektivno ostvarivanje prava (CMO).
ERA	Entertainment Retailers’ Association. Strukovna organizacija iz UK-a koja je osnovana da bi djelovala kao forum za digitalne maloprodajne i veleprodajne sektore u glazbenoj industriji, video industriji i industriji video igara.
FAC	Featured Artists’ Coalition. Strukovna organizacija koja zastupa posebna kolektivna prava i interese glavnih izvođača, čiji su članovi kreativci iz cijeloga svijeta u svim mogućim stadijima njihovih karijera.
Freemium	Hibridni glazbeni <i>streaming</i> servis koju uključuje osnovnu, besplatnu uslugu <i>streaminga</i> koja se financira oglašavanjem i jednu ili više naplatnih usluga s dodatnim ili poboljšanim funkcionalnostima..

Pojam	Definicija
Glavni umjetnik/izvođač	Izvođač pod čijim imenom se izvedba ili snimka objavljuje, za razliku od pratećeg umjetnika/izvođača. Diskografske kuće sklapaju ugovore s glavnim izvođačima.
IFPI	International Federation of the Phonographic Industry. Strukovna udruga koja promiče interese međunarodne diskografske industrije u cijelom svijetu. Ima preko 8000 članova u više od 70 zemalja.
IMPALA	Independent Music Companies Association. Međunarodna strukovna organizacija za nezavisne glazbene kompanije. Ranije je imala naziv Independent Music Publishers and Labels Association.
IMPEL	Međunarodno središte za nezavisne glazbene nakladnike koji kolektivno daju odobrenja za korištenje njihovih mehaničkih prava velikom broju <i>streaming</i> servisa.
IMPF	Independent Music Publishers' Forum. Strukovna udruga koja zastupa nezavisne glazbene nakladnike u cijelom svijetu, čije je sjedište u Bruxellesu. Ima više od 90 članova iz cijelog svijeta, uključujući vodeće glazbene nakladnike iz UK-a.
Internet Association	Strukovna udruga koja zastupa globalne interese preko 40 svjetskih internetskih kompanija.
Ivors Academy	Strukovna udruga koja zastupa profesionalne autore i skladatelje s ciljem pružanja potpore, te zaštite i slavljenja glazbenih kreativaca, između ostalog i kroz svoju međunarodno priznatu dodjelu nagrada Ivors Awards. Ranije je imala naziv British Academy of Songwriters, Composers and Authors (BASCA). Sada se zove po velškom skladatelju i glumcu Ivoru Novellu.
Izvođač	Osoba koja prilikom izrade snimke izvodi djelo koje je napisao autor ili skladatelj (vidi glavni umjetnik/izvođač i prateći umjetnik/izvođač). U tekstu se za istu osobu također koristi i naziv umjetnik.
Kolektivno licenciranje	Postupak kojime nositelji prava daju odobrenja za korištenje njihovih prava zajednički kao jedna cjelina, ovlašćujući društvo za kolektivno ostvarivanje prava da prisilno provodi i ostvaruje ta prava u njihovo ime. Često se na taj postupak primjenjuju dodatni propisi radi zaštite tržišnog natjecanja.
Kolektivno ostvarivanje prava	Postupak kojime organizacije koje postupaju u ime nositelja prava daju odobrenja za korištenje autorskih i srodnih prava.
Mehanička prava	Način na koji nakladnici nazivaju pravo reproduciranja, naročito kada se ono iskorištava snimanjem i distribucijom pjesama.
MMF	Music Managers' Forum. Strukovna organizacija iz UK-a s više od 1.000 članova, koja angažira, savjetuje i lobira kod djelatnika iz industrije i u cijeloj industriji o pitanjima koja su važna za glazbene menadžere.
MPA	Music Publishers' Association. Strukovna organizacija iz UK-a koja zastupa sektor glazbenog nakladništva, postupajući u ime 240 članova među kojima su veliki i nezavisni glazbeni nakladnici iz UK-a i <i>start-upovi</i> , te zastupajući gotovo 4.000 kataloga.
MPG	Strukovna organizacija iz UK-a koja zastupa i promiče interese svih onih koju se bave produkcijom snimljene glazbe, uključujući glazbene studije, producente, inženjere, miksera, remiksere, programere i inženjere masteringa.
MU	Musicians' Union. Strukovni sindikat izvođača, autora pjesama i skladatelja kojim upravlja njegovih 32.000 članova.

Pojam	Definicija
Nakladnik	Glazbena kompanija koja posjeduje i kontrolira prava na pjesmi, koja se tako naziva jer su takve kompanije u prošlosti izdavale knjige s notnim zapisima.
Nezavisna glazbena kompanija	Kompanija koja, zajedno s drugim kompanijama iz svoje grupacije, ima udio na svjetskom diskografskom i nakladničkom tržištu manji od pet posto.
Pisac	Sveobuhvatni naziv za skladatelje i autore pjesama.
PPL	Phonographic Performance Limited. Društvo za kolektivno ostvarivanje prava koje prikuplja tantijeme u ime preko 110.000 diskografskih kuća i izvođača. Daje odobrenja za korištenje snimljene glazbe u obliku javnog izvođenja (u pubovima, noćnim klubovima, restoranima, prodavaonicama, uredima i vezano uz mnoge druge oblike poslovanja) i radiodifuzijskog emitiranja (TV i radio). U to su uključene i situacije kada se snimljena glazba izvodi diljem svijeta, zahvaljujući mreži međunarodnih ugovora sklopljenih s drugim društvima za kolektivno ostvarivanje prava.
Prateći umjetnik/izvođač	Izvođač čije se sudjelovanje na snimci navodi samo malim tiskanim slovima, kao što su prateći pjevači ili studijski glazbenici.
Prava izvođača	Posebna prava izvođača na snimkama njihovih izvedbi koja postoje istovremeno s pravima nositelja prava u slučajevima kada izvođač nije vlasnik odgovarajućih prava na svojoj izvedbi. Ovo uključuje pravo na pravičnu naknadu.
Prava izvođenja	Posebno autorskopravno ovlaštenje u pogledu javne izvedbe i priopćavanja djela.
Prava na pjesmi	Prava na stihovima pjesme i glazbi pjesme.
Prava na snimci	Prava na snimci izvedbe. Također se nazivaju i prava na master.
Prava reproduciranja	Posebno autorskopravno ovlaštenje u pogledu reproduciranja i distribucije djela.
Pravična naknada	Pravo izvođača temeljem kojeg izvođači (uključujući pratećim izvođačima) imaju automatsko, neutuđivo i neprenosivo zakonsko pravo na udio u prihodima od snimki. Pravo na pravičnu naknadu primjenjuje se samo u određenim okolnostima, kako je to propisano Zakonom o autorskom pravu, dizajnu i patentu iz 1988.
Pravo stavljanja na raspolaganje javnosti	Oblik autorskopravnog ovlaštenja koje iskorištavaju servisi (npr. <i>streaming</i> servisi) kada korisnik može "pristupiti [glazbenom djelu] s mjesta i u vrijeme koje sam odabere".
Priopćavanje javnosti	Oblik autorskopravnog ovlaštenja koje iskorištavaju organizacije za radiodifuziju kada postoji „priopćavanje javnosti njihovih djela, putem žica ili bežično“.
Prisilno licenciranje	Kada propisi obvezuju nositelje prava da daju odobrenje za korištenje prava primateljima (određenoj skupini primatelja), što obično provode društva za kolektivno ostvarivanje prava.

Pojam	Definicija
PRO	Performing Rights Organisation. Društvo za kolektivno ostvarivanje prava koje je izričito posvećeno pravima izvođenja.
PRS for Music	Društvo za kolektivno ostvarivanje prava koje je odgovorno za kolektivno licenciranje prava na glazbena djela 150.000 skladatelja, autora pjesama i nakladnika i za međunarodni repertoar od 28 milijuna pjesama. Mechanical-Copyright Protection Society (MCPS) prikuplja naknadu za 'mehanička' prava reproduciranja, a Performing Right Society (PRS) prikuplja naknadu za prava javnog izvođenja.
Pružatelj digitalnih usluga	U glazbenoj industriji pružatelj digitalnih usluga je trgovačko društvo koje pruža digitalne glazbene usluge, kao što su usluge preuzimanja i <i>streaminga</i> .
RIAA	Recording Industry Association of America. Strukovna organizacija koja zastupa industriju snimljene glazbe u Sjedinjenim Američkim Državama.
Sigurna luka	Zakonsko ograničenje financijske i novčane odgovornosti pružatelja internetskih usluga (uključujući glazbene <i>streaming</i> servise koji udomljavaju sadržaj koji stvaraju korisnici), kod kojeg pružatelj usluge „nema ni znanje ni kontrolu na [nedopuštenim] informacijama koje se prenose ili pohranjuju”.
Sinkroniziranje	Uključivanje glazbe u audiovizualni proizvod od strane filmskih producenata, televizijskih producenata i producenata video igara.
Skladatelj	Osoba koja piše glazbu i stihove za pjesme bilo kojeg žanra.
<i>Streaming</i>	Postupak u kojem potrošači pristupaju glazbenoj multimediji putem interneta.
Kreativac	Sveobuhvatni naziv za skladatelje, autore pjesama, umjetnike, izvođače i producente.
techUK	Strukovna udruga tehnoloških kompanija iz UK-a koja ima preko 850 članova.
Tijelo za tržišno natjecanje i tržišta	Competition and Markets Authority. Državno regulatorno tijelo UK-a za tržišno natjecanje čiji je cilj unaprjeđivati tržišno natjecanje u korist potrošača unutar Ujedinjene Kraljevine i izvan nje.
UK Music	Strukovna organizacija koju financira industrija, osnovana u listopadu 2008. godine radi zastupanja kolektivnih interesa segmenata britanske glazbene industrije koji se odnose na snimljenu glazbu, nakladništvo i glazbu uživo.
Umjetnik	Osoba koja prilikom izrade snimke izvodi djelo koje je napisao autor ili skladatelj (vidi glavni umjetnik/izvođač i prateći umjetnik/izvođač). U tekstu se za istu osobu također koristi i naziv izvođač.
Ustupanje prava	Prijenos vlasništva prava s jedne stranke na drugu.
Velika glazbena kompanija	Multinacionalna kompanija koja, zajedno s drugim kompanijama iz svoje grupacije, ima udio na svjetskom diskografskom i nakladničkom tržištu veći od pet posto.

Izvor: Dr. Nicola Searle ([EMS0041](#)); IMPF, Independent Music Publishers International Forum ([EMS0121](#)); The Ivors Academy of Music Creators ([EMS0197](#)); IFPI ([EMS0209](#)); Chris Cooke, *Dissecting the Digital Dollar*, 3. izdanje (Wrocław, 2020.).

## Prilog 2. Modeli poslovanja glazbenih *streaming* servisa

---

1) U ovom prilogu daje se opći prikaz različitih načina kategorizacije *streaming* servisa kao dodatak raspravi u Poglavljima 2 i 5.

### Strategija određivanja potrošačkih cijena

2) U većini slučajeva glazbenom *streamingu* može se pristupiti na jedan od dva načina: koristeći naplatne (*premium*) usluge za koje korisnici plaćaju (obično) mjesečnu pretplatu, ili koristeći besplatne usluge koje se financiraju oglašavanjem trećih strana koje ciljaju na korisnike obrađujući njihove osobne podatke.<sup>662</sup> Pretplata na osnovne naplatne usluge, poput onih koje pružaju Spotify, Apple Music, YouTube Music, Tidal Premium, Deezer Premium i SoundCloud Go+, obično košta 9,99 £, pri čemu paketi pretplate za studente i obitelji koštaju 4,99 £ odnosno 14,99 £ (iako je Spotify nedavno podigao cijene za svoje pakete pretplata „Student“, „Duo“ i „Family“ na 5,99 £, 13,99 £ odnosno 16,99 £).<sup>663</sup> Neki servisi nude zrnatije strukture naplatnih usluga uz određena ograničenja u pogledu usluge (kao što su ograničenja na preskakanje pjesama, prijava uređaja i pristup katalogu kod jeftinijih paketa) ili dodatke (kao što je zvuk visoke kvalitete kod skupljih paketa) kao dopunu osnovnoj ponudi naplatnih usluga.<sup>664</sup> Besplatne usluge obično imaju samo osnovne značajke, uz ograničenja za potrošače kao što su audio oglasi i oglasi na zaslonu, ograničenja u pogledu korištenja te preslušavanje glazbe isključivo *online*. Povrh toga, neki servisi, kao što su Spotify, Amazon, SoundCloud i YouTube, primjenjuju i tzv. „*freemium*“ cjenovnu strategiju, pružajući hibridne usluge koje uključuju i besplatnu uslugu *streaminga* (s ograničenjima koja su opisana iznad), zajedno s jednom ili više naplatnih usluga koje imaju dodatne ili poboljšane funkcionalnosti.<sup>665</sup>

3) Iako besplatne, naplatne i hibridne cjenovne strategije prevladavaju, neki servisi uvode inovacije ili kako bi konkurirali drugim servisima ili kako bi se razlikovali od svojih konkurenata. Amazon svoju osnovnu *streaming* uslugu koja se naziva Amazon Music Prime nudi u paketu sa širom pretplatom Amazon Prime, u sklopu koje korisnici uživaju u *streamingu* glazbe iz ograničenog kataloga od dva milijuna pjesama na zahtjev, neometani oglasima, uz neke pogodnosti vezane uz kupnju i video *streaming*.<sup>666</sup> Druge platforme nude mogućnosti koje su u potpunosti drukčije od pretplatnog modela. Resonate, zadružno vođen britanski glazbeni servis, razvio je tzv. „*stream2own*“ model, kod kojeg korisnici nadplaćuju svoje račune te plaćaju naknadu (početna naknada iznosi 0,002 centa), koja se udvostručuje za svaki naknadni *stream* sve do najviše devet *streamova*, nakon čega je ukupni iznos koji je do tada platio korisnik otprilike jednak cijeni jednog preuzimanja na Appleu (1,022 €) te nakon toga korisnik može slušati bez plaćanja daljnje naknade.<sup>667</sup> Sonstream, *start-up* sa sjedištem u Stokeu, naplaćuje mikro-naknade svaki put kada korisnik sluša pjesmu, što znači da neki korisnici mogu platiti znatno više ili manje od 9,99 £, ovisno o tome koliko koriste servis.<sup>668</sup> Konačno, BBC, koji se trenutno

<sup>662</sup> Dr. Nicola Searle ([EMS0041](#)); dr. Gary Sinclair ([EMS0019](#)); DIUO ([EMS0074](#)).

<sup>663</sup> „[Spotify to increase prices for families and students](#)“, The Telegraph (27. travnja 2021.).

<sup>664</sup> Allison Noble ([EMS0115](#)); BBC ([EMS0227](#)).

<sup>665</sup> Artistas Intérpretes o Ejecutantes, Entidad de Gestión de Derechos de Propiedad Intelectual (AIE) ([EMS0133](#)); Incorporated Society of Musicians ([EMS0223](#)).

<sup>666</sup> Amazon, [What is Amazon Music Prime?](#), posljednji posjet 26. ožujka 2021.

<sup>667</sup> Resonate Co-operative (Resonate (Beyond *Streaming*) Ltd) ([EMS0169](#)).

<sup>668</sup> Sonstream Ltd ([EMS0154](#)); Q27.

financira od RTV pretplata i komercijalnih prihoda koje ostvaruje kroz svoja povezana društva BBC Studios, BBC Global News i BBC Studioworks, također je pokrenuo svoj vlastiti servis samo za audio sadržaje kako bi odgovorio na izazove koje nameće glazbeni *streaming*, nudeći i glazbu uživo i glazbu na zahtjev, *podcastove* i govorne sadržaje putem svoje aplikacije BBC Sounds.<sup>669</sup>

## Pristup potrošača

4) Većina servisa o kojima se raspravlja u ovome Izvješću, kao što su Spotify, Apple Music, Amazon Music, SoundCloud i Tidal, specijalizirani su za konzumiranje glazbe, bilo samo kroz glazbeni *streaming* ili i digitalno preuzimanje glazbe (kao, primjerice, u slučaju Appleove integrirane trgovine iTunes Store). YouTube (i YouTube Premium) pri tome iskače, budući da je glazbeni *streaming* kod njega sporedan u odnosu na njegov servis za smještaj videa, unatoč činjenici da dominira tržištem *streaminga* glazbe i nudi svoj vlastiti prilagođeni *streaming* servis YouTube Music. Međutim, svi ti servisi slični su po tome što potrošačima glazbe nude *streaming* usluge po modelu švedskog stola bilo besplatno ili naplatno (ili oboje).<sup>670</sup> To znači da potrošači imaju pristup cijelom katalogu dostupnom na servisu uz nikakve ili gotovo nikakve restrikcije ili ograničenja potrošnje.

5) Međutim, nakon već više od deset godina postojanja glazbenog *streaminga*, počele su se pojavljivati alternative modelu švedskog stola. Glazbeni *streaming* servisi dopunjavaju se, primjerice društveno korisnim značajkama koje omogućuju da korisnici konzumiraju kreativne uratke točno određenih kreativaca. Tehnološke kompanije kao što su Patreon i Bandcamp omogućili su umjetnicima da stvore svoje zajednice obožavatelja i da od njih zarađuju neovisno o korporativnim partnerima, nudeći ekskluzivan ili rani pristup kreativnom sadržaju, robi i druge pogodnosti.<sup>671</sup> Američka umjetnica Cardi B je, primjerice, u kolovozu 2020. godine objavila da će na naplatnom servisu OnlyFans objaviti snimke zakulisnih zbivanja vezanih uz njezin single „WAP”.<sup>672</sup> Konačno, tehnološke kompanije koje su vlasnici društvenih medija također su počele istraživati kako mogu ponuditi i usluge digitalnog *streaminga*. Sa društvenim medijima kao što su Facebook, Instagram i Snapchat već su sklopljeni važni ugovori o korištenju glazbe,<sup>673</sup> dok Twitch, video *streaming* platforma u vlasništvu Amazona, i TikTok, aplikacija za dijeljenje kratkih video uradaka, navodno razvijaju strategije vezane uz glazbene sadržaje.<sup>674</sup>

## Smještaj sadržaja na poslužiteljima

6) Većina *streaming* platformi smješta snimljenu glazbu koju komercijalno stvara i za čije korištenje odobrenja službeno daje sama glazbena industrija,<sup>675</sup> bilo da se to čini putem diskografskih kuća, agregatora i distributera ili društava za kolektivno ostvarivanje prava (koja zastupaju nositelje prava u vezi s kolektivnim davanjem odobrenja za korištenje glazbe trećim stranama). Međutim, neke platforme dopuštaju korisnicima da sami postavljaju sadržaj. Takav sadržaj koji su postavili korisnici (UGC) može biti ili sadržaj koji je stvorio korisnik (UGC), koji pak može biti potpuno originalan ili sadržavati komercijalne audio i/ili video zapise (kada je to dopušteno),<sup>676</sup> ili može biti očita kopija komercijalnog sadržaja.<sup>677</sup> Razlika između ta dva modela smještaja sadržaja je važna. Stranice koje smještaju sadržaj koji postavljaju korisnici izuzete su od pravne odgovornosti za povredu autorskih

<sup>669</sup> Music Managers' Forum and Featured Artists' Coalition ([EMS0128](#)); BBC ([EMS0227](#)).

<sup>670</sup> DIUO ([EMS0074](#)).

<sup>671</sup> MIDiA Research ([EMS0073](#)); DIUO ([EMS0074](#)); Patreon, Inc. ([EMS0110](#)).

<sup>672</sup> MIDiA Research ([EMS0073](#)).

<sup>673</sup> Music Managers Forum and Featured Artists Coalition ([EMS0128](#)).

<sup>674</sup> Will Page ([EMS0166](#)).

<sup>675</sup> DIUO ([EMS0074](#)).

<sup>676</sup> [Zakon o autorskom pravu, dizajnu i patentu iz 1988. godine](#), odjeljci 29–30A.

<sup>677</sup> BPI ([EMS0208](#))

prava (između ostalog), osim i sve dok ne dobiju „stvarno znanje“ o nedopuštenoj aktivnosti, nakon čega moraju djelovati žurno i ukloniti ili onemogućiti pristup takvim informacijama.<sup>678</sup> U Europskoj uniji će takvim trgovačkim društvima, kao i trgovačkim društvima poput Facebooka i Twitcha kod kojih je *streaming* glazbe sporedan u odnosu na njihovu cjelokupnu uslugu, biti nametnute nove obveze sukladno Direktivi Europske unije o autorskim pravima na jedinstvenom digitalnom tržištu,<sup>679</sup> s obzirom na to da se radi o servisima koji „[pohranjuju] velike količine djela zaštićenih autorskim pravima ili drugih predmeta zaštite koje su učitali njegovi korisnici i [daju pristup] javnosti tim djelima ili drugim predmetima zaštite, koje [organiziraju i promoviraju] u svrhu ostvarivanja dobiti“;<sup>680</sup> Vlada UK-a izrazila je svoju namjeru da ne implementira Direktivu u bližoj budućnosti.<sup>681</sup>

## Vrste sadržaja

7) Slično tome, većina glazbenih *streaming* servisa omogućuje ili *streaming* isključivo zvučnih zapisa ili *streaming* i zvučnih i video zapisa. Za razliku od toga, trgovačka društva koja prvenstveno nude usluge vezane uz društvene medije dopuštaju video, jer je glazbeni *streaming* sporedan u odnosu na usluge koje nude. Soundcloud je osmišljen tako da nudi isključivo audio *streaming* glazbe, dok Spotify i Apple Music dopuštaju korisnicima da osim zvučnih zapisa pregledavaju i službene glazbene video spotove, ako postoje. Osnovni YouTubeov servis, za razliku od toga, uključuje samo video *streaming* (dok korisnici mobilnih uređaja mogu samo slušati/gledati uz otvorenu aplikaciju), iako njegovi servisi YouTube Premium i YouTube Music omogućuju i *streaming* isključivo zvučnih zapisa. Ovo Izvješće razmatra ekonomiku snimljene glazbe i glazbenih video zapisa. Međutim, društveni mediji kao što su Twitch, YouTube i Facebook omogućuju korisnicima da *streamingom* uživo prenose glazbene izvedbe, pri čemu se medijski sadržaji istovremeno snimaju i emitiraju u stvarnom vremenu. *Streaming* uživo postaje sve popularniji kao posljedica nedostatka svirki uživo zbog društvenog distanciranja i karantenskih mjera tijekom pandemije, pri čemu su neki umjetnici održali virtualne nastupe prodajući „karte“ preko platformi za dijeljenje sadržaja (eng. off-platform).<sup>682</sup> *Streaming* uživo može dovesti do još jedne dugoročne promjene vezane uz konzumiranje glazbe, s obzirom na to da postaje sve pristupačniji i sve popularniji.<sup>683</sup>

## Model plaćanja

8) Dominanti model raspodjele naknada na tržištu *streaminga* glazbe je razmjerni sustav. Will Page, bivši glavni ekonomist u Spotifyju, objasnio je da razmjerni sustav „zbraja svu potrošnju i potrošnju populacije pretplatnika iz jedne zemlje i raspodjeljuje tantijeme nositeljima prava razmjerno broju preslušavanja njihovih snimki“. Dakle, ako su snimke jednog izvođača ostvarile određeni udio u ukupnom broju *streamova* pretplatnika u toj zemlji toga mjeseca, taj izvođač primio bi taj isti udio u ukupnom neto prihodu tog *streaming* servisa u toj zemlji koji se raspodjeljuje.<sup>684</sup> Sam Page navodi da, iako je sustav „prirođeno pošten utoliko što dovodi do učinkovitog i transparentnog rezultata kod kojeg svaki *stream* vrijedi isto nositelju prava, te je upravljanje modelom relativno jeftino“, taj model ne uzima u obzir činjenicu da „dva različita potrošača nužno ne vrednuju svoja *streamove* jednako—tako da su oni koji slušaju više zapravo subvencionirani od strane onih koji slušaju manje“.<sup>685</sup>

<sup>678</sup> SCRIPT ([EMS0205](#)).

<sup>679</sup> Direktiva (EU) 2019/790, članak 17.

<sup>680</sup> CREATE: UK Copyright and Creative Economy Centre, Sveučilište Glasgow ([EMS0189](#)).

<sup>681</sup> Qq750–2.

<sup>682</sup> YouTube ([EMS0144](#)).

<sup>683</sup> MIDiA Research ([EMS0073](#)).

<sup>684</sup> MIDiA Research ([EMS0073](#)).

<sup>685</sup> MIDiA Research ([EMS0073](#)).



9) Jedna od alternativa tom pristupu su sustavi plaćanja usmjereni na korisnike. Kod takvih sustava plaćanja, prihod koji generira svaki pojedinačni korisnik raspodjeljuje se nositeljima prava na temelju udjela vlastite pojedinačne glazbene potrošnje toga korisnika.<sup>686</sup> Umjetnici, autori pjesama i profesionalci iz industrije podržali su takav model plaćanja, ili su barem izrazili zanimanje za njegovu daljnje iskušavanje.<sup>687</sup> Međutim, diskografske kuće iznijele su nijansirani stav o modelima plaćanja usmjerenima na korisnike. Sony Music je to pitanje opisao kao „vrlo težak razgovor“ zbog toga što ima „različite umjetnike koji zagovaraju dvije različite opcije“ te bi stoga „pogodovao jednoj podskupini umjetnika u odnosu na drugu“.<sup>688</sup> Nezavisni diskografi su, istovremeno, zauzeli stavove koji su sezali od snažnog protivljenja do uvjetne potpore: Yvette Griffith iz Jazz Re:freshed navela je da „usmjerenost na korisnike neće funkcionirati u nezavisnom sektoru“, dok je Rupert Skellett iz Beggars Group rekao da se to „u filozofskom smislu nama čini pravednije“, ali da nije siguran „je li usmjerenost na korisnike lijek za sve“.<sup>689</sup> Tijekom naše istrage, SoundCloud je objavio da će uvesti sustav plaćanja usmjeren na korisnike, ali samo za nezavisne umjetnike i umjetnike u usponu.<sup>690</sup> Slično tome, francuski *streaming* servis Deezer ranije je pokazao zanimanje za uvođenje sustava plaćanja usmjerenog na korisnike za cijeli svoj katalog.<sup>691</sup> Resonateov zadružni model „*stream2own*“ i Sonstreamov model plaćanja po *streamu* funkcioniraju slično sustavu usmjerenom na korisnika, s obzirom na to da korisnici plaćaju na temelju toga koliko koriste servise.<sup>692</sup>

10) Još jedna alternativa je model „rasta umjetnika“ kojeg je predložila udruga Association of Independent Music. Taj model vrednuje *streamove* određene snimke po razinama koje se temelje na logaritamskoj ljestvici, pri čemu su prvi *streamovi* najvrjedniji, a naknadni *streamovi* se raspoređuju po razinama te se stoga plaćaju postupno sve manje.<sup>693</sup> Iz te udruge navode da bi to potaklo diskografe da više riskiraju vezano uz nove kreativce, umjesto da se konsolidiraju oko povijesno uspješnih snimaka.

11) Konačno, jazz saksofonist, MC i skladatelj Soweto Kinch analizirao je potencijal modela glazbenog *streaminga* koji bi bili usmjereni na umjetnike, kod kojih bi umjetnici „mogli ponuditi nešto više po mjeri slušatelja, [...] neku višu razinu kvalitete emitiranja, WAW datoteke ili neku razinu interakcije“, s obzirom na to da trenutno „ne postoji mogućnost da kao umjetnici određujemo svoje vlastite cijene na *streaming* platformama“.<sup>694</sup> Uzimajući u obzir pojavljivanje zajednica obožavatelja o kojima smo raspravljali iznad, bilo bi nam zanimljivo vidjeti može li tržište proizvesti i podržati isplativi servis usmjeren na umjetnike u budućnosti.

<sup>686</sup> Profesor David Hesmondhalgh ([EMS0143](#)); All Party Parliamentary Jazz Appreciation Group ([EMS0161](#)).

<sup>687</sup> Qq54–9 [Tom Gray], 161 [Maria Forte], 195 [Fiona Bevan], 535 [Raoul Chatterjee], 590 [Horacio Gutierrez]; All Party Parliamentary Jazz Appreciation Group ([EMS0161](#)); Creators' Rights Alliance ([EMS0187](#)); The Ivors Academy of Music Creators ([EMS0197](#)); BMG ([EMS0207](#)).

<sup>688</sup> Q277 [Jason Iley].

<sup>689</sup> Qq352–5.

<sup>690</sup> „[SoundCloud launches 'transformative' user-centric payments system](#)“, Music Week (2. ožujka 2021.).

<sup>691</sup> „[Deezer still pushing for user-centric payouts: 'We will continue fighting...'](#)“, Music Ally (1. listopada 2020.).

<sup>692</sup> Sonstream Ltd ([EMS0154](#)); Resonate Co-operative (Resonate (Beyond *Streaming*) Ltd) ([EMS0169](#)).

<sup>693</sup> Association of Independent Music ([EMS0271](#)).

<sup>694</sup> Q199.

# Zaključci i preporuke

---

## Dominacija digitalne glazbe

1. *Streaming* je nedvojbeno pomogao spasiti glazbenu industriju nakon dva desetljeća digitalnog piratstva, ali je jasno da ono što je spašeno ne djeluje za sve. Problemi koje je navodno stvorio *streaming* samo odražavaju fundamentalnije, strukturalne probleme u industriji snimljene glazbe. ***Streaming* je potrebno potpuno resetirati. (Odjeljak 41)**

## Naknada kreativcima

2. *Pozivamo Universal i Warner da opet razmotre pitanje nenadoknađenih iznosa s ciljem da omoguće većem broju svojih dugogodišnjih izvođača da prime naknadu od streaminga njihove glazbe. (Odjeljak 46)*
3. **Mizerna zarada od streaminga glazbe utječe na cijeli kreativni ekosustav. Uspješni i od kritike priznati profesionalni izvođači ostvaruju oskudnu zaradu od dominantnog načina konzumiranja glazbe. Prateći glazbenici u cijelosti su iz toga isključeni, što onemogućuje izgradnju isplativih karijera u tom području, ali i otkrivanje novih talenata. Oni koji pružaju specijalizirane usluge kreativcima, bilo na temelju provizije ili radeći za plaću kao zaposlenici umjetnikovog poduzeća ili stručnih službi, time su također pogođeni, što znači da će u ovom inače rastućem sektoru biti manje radnih mjesta. (Odjeljak 58)**
4. **Velike glazbene kompanije i nezavisne diskografske kuće konzistentno su tvrdile da je *streaming* glazbe očito „stavljanje na raspolaganje javnosti“ te da bi izvođačima naknada trebala biti jednaka kao da se radi o prodaji. Međutim, takva klasifikacija ne uzima u obzir složenost *streaminga* koja ga razlikuje od ostalih načina konzumiranja. Primjerice, *streaming* ima i značajke iznajmljivanja i značajke radiodifuzijskog emitiranja, koji se konzumiraju iskorištavanjem autorskopравnih ovlaštenja koja izvođačima daju zakonsko pravo na pravičnu naknadu. Nadalje, ova klasifikacija dovodi do proturječja u odnosu na prava na pjesmi. Konačno, isključivanje prava stavljanja na raspolaganje javnosti iz pravične naknade ne odražava stvarne troškove vezane uz distribuciju digitalne glazbe. *Preporučujemo da se Vlada pokuša pronaći rješenje za takva proturječja i nedosljednosti tako da istraži načine kojima bi se izvođačima dalo pravo na pravičnu naknadu u slučaju konzumiranja glazbe digitalnim sredstvima. (Odjeljak 69)***
5. **Pravo na pravičnu naknadu jednostavno je i učinkovito rješenje za probleme koji nastaju zbog male naknade od *streaminga* glazbe. Radi se o pravu koje je već uspostavljeno u UK-u i koje se već primjenjuje na *streaming* u drugim dijelovima svijeta. Očito rješenje bi stoga bilo primijeniti pravo na pravičnu naknadu na pravo stavljanja na raspolaganje javnosti na sličan način kao što je to učinjeno kod prava iznajmljivanja. U tom smislu, dodatna „naknada za digitalnu glazbu“ plaćala bi se izvođačima putem njihovih društava za kolektivno ostvarivanje prava za *streaming* ili preuzimanje njihove glazbe. Ta naknada za digitalnu glazbu riješila bi problem dugoročne održivosti za profesionalne izvođače i problem uništavanja drugih oblika konzumiranja glazbe kod kojih se pravična naknada primjenjuje, dok bi se istovremeno zadržale koristi izravnog licenciranja. (Odjeljak 76)**

6. *Preporučujemo da Vlada zakonski uredi pravo izvođača na pravičnu naknadu za prihode od streaminga. Učinkovito rješenje bilo bi izmijeniti Zakon o autorskom pravu, dizajnu i patentu iz 1988. godine na način da bi se odredilo da pravo stavljanja na raspolaganje javnosti ne sprječava primjenu prava na pravičnu naknadu, koristeći presedan postavljen istovremenim postojanjem prava iznajmljivanja i prava na pravičnu naknadu u pravu UK-a. Takvu izmjenu bilo bi relativno jednostavno donijeti i ona bi na odgovarajući način odražavala smanjene (i sve više eksternalizirane) marginalne troškove proizvodnje i distribucije povezane s digitalnom potrošnjom. Nadalje, ako bi Vlada to učinila nastavno na postojeće pravo UK-a, to pravo na naknadu primjenjivalo bi se na nositelje prava (tj. diskografske kuće), a ne na streaming servise. (Odjeljak 77)*
7. *Unatoč tome što igraju važnu ulogu u stvaranju glazbe i u procesu streaminga glazbe, nositelji prava na pjesmi ne primaju odgovarajuću naknadu za svoj rad. Vlada bi trebala surađivati sa kreativcima i nezavisnim nakladničkim sektorom kako bi se razmotrili načini pružanja podrške novim autorima pjesama i skladateljima, kao i onima u usponu, kako bi imali održive karijere i kako bi poslovanje nezavisnih glazbenih nakladnika ostalo komercijalno isplativo. Kao dio toga i u kontekstu povećane digitalne konzumacije glazbe putem streaminga, potičemo ih da razmotre kako osigurati da pjesma i snimka imaju jednaku vrijednost. Ako je to potrebno, Vlada bi trebala iznijeti prijedloge zakonskih promjena zajedno s uvođenjem pravične naknade za izvođače koja je predložena u odjeljcima 76–7, s ciljem da svi kreativci imaju koristi od ovih reformi. (Odjeljak 88).*
8. *Problemi s metapodacima još više kompliciraju loše uvjete po kojima se kreativcima isplaćuje naknada. Iako je izazov velik, nije nepremostiv. Prvo, Vlada mora obvezati diskografske kuće da daju metapodatke za pjesmu koja se nalazi na snimci kada daju odobrenje za korištenje snimke streaming servisima. Drugo, trebala bi svim raspoloživim sredstvima natjerati industriju da uspostavi minimalni održivi standard za podatke u sljedeće dvije godine kako bi se osiguralo da servisi stave na raspolaganje podatke koji će biti upotrebljivi i usporedivi između svih servisa. Treće, trebala bi surađivati s industrijom kako bi se zaustavila praksa raspodjele sredstava iz crnih fondova po razmjernom modelu te kako bi se, umjesto toga, propisale obveze za društva za kolektivno ostvarivanje prava da te prihode reinvestiraju u industriju, primjerice, pružanjem potpore talentiranim kreativcima ili razvojem rješenja za probleme s raspodjelom prihoda. Vlada bi istovremeno trebala naložiti istražnu reviziju crnih fondova kako bi se razjasnilo što je doista nemoguće raspodijeliti, a što je pogrešno raspodijeljeno ili neraspodijeljeno zbog nedostatka volje. Konačno, Vlada bi trebala istražiti je li stvaranje ili naručivanje sveobuhvatne baze podataka glazbenih djela praktično i naložiti Uredu za intelektualno vlasništvo da koordinira rad industrije na registracijskom portalu, kako bi nositelji prava mogli nužnim dionicima lako staviti na raspolaganje točne podatke o pravima. (Odjeljak 94)*
9. *Licenciranje i lanci tantijema vezani uz prava na pjesmi uzrok su brojnih zabuna i poteškoća u sustavu, a cijenu toga plaćaju autori pjesama i skladatelji. Ne postoji jedinstveno rješenje za stvaranje učinkovitijih i pravodobnijih lanaca tantijema, ali Vlada može surađivati s industrijom kako bi se postupak pojednostavio. Vlada bi od svih nakladnika i društava za kolektivno ostvarivanje prava trebala zahtijevati da objavljuju informacije o lancima tantijema radi postizanja transparentnosti kako bi kreativci mogli znati koliko se novca slijeva kroz sustav i gdje nastaju problemi. To bi trebalo činiti periodički na način koji bi bio praktičan i koristan drugim dionicima, uključujući druga društva za kolektivno ostvarivanje prava i nakladnike. Također bi od*

*nakladnika i društava za kolektivno ostvarivanje prava trebala zatražiti da uspostave učinkovite i praktične sustave alarmiranja kojima bi se kreativci i zastupnici informirali o sukobima vezanima uz podatke. Konačno, Vlada bi trebala iskoristiti veličinu tržišta UK-a kako bi istražila mogu li donositelji politika omogućiti postizanje dogovora o globalnom licenciranju diljem svijeta, uključujući u trgovinskim ugovorima, čime bi se pružila potpora kreativcima i u zemlji i u inozemstvu. (Odjeljak 97)*

## Tržište glazbenih prava

10. *Nema sumnje da velike glazbene grupacije trenutačno dominiraju glazbenom industrijom, i u pogledu ukupnog tržišnog udjela u snimanju i (u manjem obujmu) u nakladništvu, ali isto i kroz vertikalnu integraciju, njihove akvizicije konkurentskih servisa i sustav uzajamnog vlasništva. Preporučujemo da Vlada uputi predmet Tijelu za tržišno natjecanje i tržišta (CMA), kako bi provelo sveobuhvatnu studiju tržišta vezanu uz ekonomski utjecaj dominacije velikih (vidi odjeljke 129, 134 i 183 za daljnje preporuke). Vlada također mora staviti CMA-u na raspolaganje resurse i osoblje koje će se baviti ovim predmetom kako bi se osiguralo da to tijelo može posvetiti nužne resurse tom poslu, bez utjecaja na već postojeće poslove koje trenutno provodi. (Odjeljak 111)*
11. *Vlada se mora pobrinuti da pravo UK-a ne omogućuje postizanje tržišne dominacije. To znači da se mora pružiti potpora nezavisnim diskografima kako bi se mogli suprotstaviti dominaciji velikih, a kreativci moraju imati alate koji će poništiti razliku u pregovaračkoj moći prilikom sklapanja ugovora s glazbenim kompanijama. Vlada bi trebala proširiti poticaje vezane uz program Music Export Growth Scheme kako bi omogućila da se britanske glazbene kompanije natječu s velikim multinacionalnim kompanijama i pružila resurse koji su im potrebni da prežive i dobro posluju na izvoznim tržištima. Taj program mora prikladno ciljati na nezavisne britanske kompanije. Kako bi se spriječile daljnje akvizicije uspješnih prava od strane velikih i osiguralo bolje tržišno natjecanje, Vlada i BPI bi također trebale u ugovore o dodjeli subvencija staviti odredbe kojima će se zabraniti da velike glazbene kompanije mogu kupiti trgovačko društvo ili umjetnikova prava određeno vremensko razdoblje. Povrh toga, Vlada bi trebala iznijeti prijedloge o davanju namjenskih fiskalnih poticaja za nezavisni glazbeni sektor, slično onima koji već postoje za TV, animaciju, film, kazalište i video igre. (Odjeljak 122)*
12. *Preporučujemo da Vlada istovremeno proširi prava kreativaca tako da u Zakon o autorskom pravu, dizajnu i patentu iz 1988. godine uvede pravo na povrat prava na djelima i pravo na izmjenu ugovora za slučaj da su tantijeme koje prima umjetnik nerazmjerno niske u odnosu na uspjeh njihovog glazbenog djela. Ta prava drugdje već postoje, primjerice u Sjedinjenim Američkim Državama, Njemačkoj i Nizozemskoj, i kreativcima bi dala bolju pregovaračku poziciju prilikom sklapanja ugovora s glazbenim kompanijama. Preporučujemo da pravo na povrat nastane nakon proteka razdoblja od dvadeset godina, što je dulje od razdoblja nakon kojih mnogi diskografi otpisuju loše dugove, ali dovoljno kratko da do njega dođe tijekom karijere umjetnika. To bi stvorilo dinamičnije tržište pravima i omogućilo bi uspješnim umjetnicima da izađu na tržište i pregovorima ostvare bolje uvjete za svoja prava. Pravo na prilagodbu ugovora trebalo bi slično implementirati čim prije to u praksi bude moguće, kako bi se osiguralo da prava kreativaca iz UK-a ne zaostanu za pravima europskih kreativaca. (Odjeljak 123)*
13. *Unatoč općem suglasju o tome da je izravno licenciranje između diskografske industrije i servisa pozitivna stvar, postoji neprestana zabrinutost zbog položaja velikih u pregovorima, koji im omogućuje da ostvaruju koristi na štetu nezavisnih diskografa i umjetnika koji samostalno*

objavljaju, naročito u pogledu stavljanja na popise za reprodukciju. To je daljnji dokaz da je predmet potrebno uputiti Tijelu za tržišno natjecanje i tržišta (CMA) (kao što je preporučeno u odjeljku 111). (Odjeljak 129)

14. Dok god velike diskografske kuće dominiraju i tržištem pravima na pjesmama kroz svoju nakladničku djelatnost, posljedično tome teško je predvidjeti hoće li pjesma biti pravednije vrednovana. Vrlo je dobro dokazano da je do ispravljanja nejednakosti između pjesme i snimke dolazilo previše rijetko u nekoliko posljednjih desetljeća. Dok velike glazbene grupacije dominiraju glazbenim nakladništvom, njihove nakladničke kuće nemaju puno razloga bolje vrednovati pjesme u odnosu na snimke. *U svojem upućivanju Tijelu za tržišno natjecanje i tržišta (CMA) (kao što smo preporučili u odjeljku 111), Vlada bi trebala zatražiti od CMA da razmotri kako je položaj velikih diskografa u pogledu snimanja i nakladništva utjecao na relativnu vrijednost prava na pjesmi i prava na snimci.* (Odjeljak 134)
15. Umjetnici i njihovi zastupnici suočeni su sa sustavnim nedostatkom transparentnosti i od strane glazbenih kompanija i od strane servisa koji licenciraju njihova djela. To pogoršava nejednakosti u pogledu naknade kreativcima, tako što stvara informacijsku asimetriju i sprječava ih da iskoriste svoje pravo na reviziju. Kreativci i njihovi zastupnici imaju pravo doznati uvjete po kojima se njihova djela iskorištavaju i potvrditi ishod tih ugovora. Također je izuzetno zabrinjavajuće da takvo postupanje otežava napore vezane uz akademsko istraživanje, posebice kada se radi projektima koje financiraju porezni obveznici, unatoč naporima da se taj pothvat na pozitivan način uključe glazbene kompanije i servisi. (Odjeljak 139)
16. Vlada nam je više puta navela da u pravo UK-a neće implementirati odredbe slične onima koje su uvedene Direktivom o autorskim pravima na jedinstvenom digitalnom tržištu. Prihvaćamo da Direktiva nije čarobno oružje protiv problema glazbene industrije, ali predstavlja korak u pravom smjeru u pogledu zaštita i prava nositelja prava. *Vlada bi trebala osigurati da kreativci u UK-u ne prođu lošije nego što bi prošli da je Ujedinjena Kraljevina ostala u Europskoj uniji. Vlada bi, kao minimum, trebala uvesti pravo da izvođači (ili njihovi zastupnici) imaju uvida u ugovorne odredbe kada se njihova djela licenciraju, na zahtjev i uz primjenu tajnosti. Također bi trebale postojati obveze o obavješćivanju temeljem kojih će relevantne osobe morati dati jasne informacije i usmjeriti kreativce u pogledu odredaba i strukture svakog ugovora koji se odnosi na licenciranje, prodaju ili stavljanje na raspolaganje na drugi način djela kreativaca, te sredstava i metoda temeljem kojih se iznosi koji im se raspodjeljuju izračunavaju, prijavljuju i prenose.* (Odjeljak 142)

## Tržište streaminga glazbe

17. Glazbeni urednici igraju važnu ulogu u otkrivanju i konzumiranju digitalne glazbe i imaju utjecaja na naknade kreativcima. Stoga ne čudi da glazbeni kreativci ulažu više resursa kako bi zapali za oko tim urednicima. *Ako su urednici plaćeni ili dobivaju druge koristi u zamjenu za uvrštavanje na popise za reprodukciju, preporučujemo da im se nametne obveza postupanja u skladu s kodeksom ponašanja koji je usvojilo Tijelo za standarde u oglašavanju, slično utjecajnim osobama na društvenim medijima, kako bi se osiguralo da odluke koje donose budu transparentne i etičke.* (Odjeljak 151)
18. Algoritmi su od ključne važnosti za rad servisa. Međutim, postoje mnoga pitanja o tome kako oni utječu na konzumiranje glazbe i koliko nadzora postoji. *Vlada bi trebala naručiti istraživanje*

*o utjecaju algoritama streaming servisa na konzumiranje glazbe, koje će razmotriti i situacije u kojima se kreativci odriču od plaćanja tantijema u zamjenu za algoritamsku promidžbu. (Odjeljak 153)*

19. Tržište *streaming* usluga samo je po sebi izuzetno kompetitivno. Međutim, postoji mogućnost da kompanije iskoriste druge aspekte svojeg poslovanja ili da iskoriste vertikalnu integraciju kako bi ostvarile kompetitivnu prednost; neki pravni sustavi smatraju da se to već dogodilo u određenim područjima. Važno je da UK ima regulatorni režim koji može odgovoriti na te izazove. Ohrabreni smo činjenicom da je Tijelo za tržišno natjecanje i tržišta već uspostavilo svoju Jedinicu za digitalna tržišta, koja poduzima važne korake u ovom području u okviru trenutne nadležnosti tog tijela, ali da bi se osigurala potpuna usklađenost, Jedinica za digitalna tržišta mora dobiti zakonsku podlogu čim je prije moguće. *Vlada bi najkasnije do trenutka slanja odgovora na ovo izvješće trebala početi konzultacije o novom režimu koji će pospješiti tržišno natjecanje na digitalnim tržištima i obvezati se na razumne rokove (za čije poštivanje će snositi odgovornost) unutar kojih razumno očekuje da će propisi biti doneseni. (Odjeljak 159)*
20. *Vlada mora osigurati da se u pogledu izazova koje streaming glazbe nameće režimu isticanja u UK-u pronađe odgovarajući odgovor. (Odjeljak 160)*
21. Odredbe o sigurnim lukama koje su prenesene u pravo UK-a duboko su utjecale na tržište vezano uz digitalno konzumiranje glazbe. YouTubeova dominacija na tržištu glazbe pokazuje da se tržište nagnulo prema monopolu. Odredbe o sigurnim lukama daju servisima koji smještaju sadržaj koji stvaraju korisnici (UGC) kompetitivnu prednost pred drugim servisima i potkopavaju poziciju glazbene industrije prilikom pregovora o licenciranju time što tim servisima daju široka ograničenja odgovornosti. To je dovelo do smanjenja vrijednosti tržišta digitalne glazbe i u stvarnim i u apsolutnim vrijednostima, iako ti servisi ostvaruju više milijardi dolara prihoda od oglašavanja. (Odjeljak 171)
22. Napominjemo da je Tijelo za tržišno natjecanje i tržišta razvilo pravni okvir za pospješivanje tržišnog natjecanja za tehnološke kompanije sa „strateškim položajem na tržištu“ koje dominiraju digitalnim tržištima. *Tijelo za tržišno natjecanje i tržišta trebalo bi razmotriti označavanje YouTubevog streaming servisa kao kompanije sa strateškim položajem na tržištu kako bi se potaklo tržišno natjecanje s njegovim proizvodima. (Odjeljak 172)*
23. Kao što smo naveli, Vlada nam je više puta rekla da neće implementirati Direktivu o autorskim pravima na jedinstvenom digitalnom tržištu. Međutim, kako bi se osiguralo da glazbeni kreativci i kompanije prosperiraju na globalno važnom glazbenom tržištu UK-a, Vlada mora omogućiti zaštitu za nositelje prava koje su barem toliko snažne kao što su one koje postoje u drugim pravnim sustavima. *Vlada bi prioritetno trebala uvesti snažne i pravno provedive obveze kojima bi se uredilo licenciranje za servise koji smještaju sadržaj koji stvaraju korisnici (UGC), s ciljem rješavanja problema poremećaja na tržištu i „vrijednosnog jaza“ koji postoji u vezi sa streamingom glazbe. Vlada se mora pobrinuti da te obveze budu razmjerne tako da se primjenjuju na dominantne igrače kao što je YouTube, ali da ne obeshrabruju nove igrače na tržištu. Također se mora pobrinuti da se postojeće obveze ostvaruju na odgovarajući način, te u svome Odgovoru detaljno opisati kako planira postupiti u vezi sa zabrinutošću diskografske industrije u pogledu provedbe postojećih obveza vezanih uz „poznavanje vlastitih korisnika“. (Odjeljak 178)*

24. Debata o tome treba li koristiti prevladavajući razmjerni model plaćanja ili alternativne metodologije, kao što je usmjerenost na korisnike, bila je izuzetno zanimljiva. Pozitivno je to što novi servisi osmišljavaju nove i kreativne načine da bi uklonili zabrinutost kreativaca i potrošača o pravednosti i transparentnosti u pogledu isplata naknada od *streaminga* kreativcima. Međutim, zabrinuti smo zbog toga što trenutni ugovori između velikih glazbenih kompanija i *streaming* servisa imaju potencijal ugušiti daljnje inovacije, ako se budu zloupotrebjavali. *Tijelo za tržišno natjecanje i tržišta trebalo bi u svome postupku (čije pokretanje smo preporučili u odjeljku 111) razmotriti imaju li ti ugovori potencijala spriječiti (ili već sprječavaju) eksperimentiranje i inovacije od strane streaming servisa.* (Odjeljak 183)
  
25. S daljnjim razvojem tehnologije, Vlada mora osigurati da autorsko pravo može ispunjavati svoju svrhu i da postoje odgovarajući mehanizmi pomoću kojih nositelji prava mogu svoja prava ostvarivati. Ured za intelektualno vlasništvo ne smije biti pasivni svjedok, nego mora biti aktivni igrač, naročito u području sustavnih prijevora između nositelja prava ili u slučajevima u kojima nositelji prava smatraju da se njihova prava sustavno krše. *Preporučujemo da Vlada zauzme jasan stav o streamingu uživo, i vezano uz naknadu nositeljima prava i vezano uz sektor glazbe uživo te da objasni koje korake poduzima kako bi pomogla nositeljima prava u borbi s povredom autorskih prava. Također treba objasniti što ona i Ured za intelektualno vlasništvo rade u pogledu prepoznavanja novih prijetnji za nositelje prava koje omogućuju ili uzrokuju nove tehnologije.* (Odjeljak 187)

## 6.

---



# Službeni zapisnici

---

**Četvrtak, 8. srpnja 2021.**

Prisutni članovi

Julian Knight, Predsjednik

Kevin Brennan

Steve Brine

Julie Elliott

Rt Hon Damian Green

Rt Hon Damian Hinds

Heather Wheeler

Nacrt Izvješća (*Ekonomika streaminga glazbe*), koji je predložio Predsjednik, iznesen i pročitan.

*Nalaže se* da nacrt Izvješća bude pročitan po drugi puta, odjeljak po odjeljak.

Odjeljci 1 do 187 pročitani su i prihvaćeni.

Sažetak je prihvaćen.

Prilozi su prihvaćeni.

*Donosi se odluka* da Izvješće bude podneseno Donjem domu Parlamenta kao Drugo izvješće Povjerenstva.

*Donosi se odluka* da Predsjednik podnese Izvješće Donjem domu Parlamenta

*Donosi se odluka* da primjerci Izvješća stave na raspolaganje prije službene objave, sukladno odredbama Trajnog naloga br. 134.

**Sjednica se odgađa.**

Sjednica se odgađa do 13. srpnja 2021. u 9.30 ujutro.

## Svjedoci

---

Sljedeći svjedoci dali su svoje iskaze. Prijepisi su dostupni za pregledavanje na dijelu internetske stranice Povjerenstva s [objavama vezanima uz istragu](#).

### Utorak, 24. studenog 2020. godine

**Tom Frederikse**, partner, Clintons Solicitors; **Tom Gray**, osnivač, kampanja #BrokenRecord, te pjevač, gitarist i autor pjesama, Gomez; **Colin Young**, revizor i računovođa specijaliziran za , CC Young & Co

[Q1-69](#)

**Guy Garvey**, pjevač i autor pjesama, Elbow, te glazbeni voditelj na BBC 6; **Ed O'Brien**, gitarist, Radiohead, autor pjesama, pjevač i glazbenik; **Nadine Shah**, pjevačica, autorica pjesama i glazbenica

[Q70-110](#)

### Utorak, 8. prosinca 2020. godine

**Maria Forte**, generalna direktorica, Maria Forte Music Services Ltd; **Kwame Kwaten**, direktor, glazbeni producent i vlasnik, Ferocious Talent; **José Luis Sevillano**, generalni direktor, Artistas Intérpretes o Ejecutantes, Entidad de Gestión de Derechos de Propiedad Intelectual (AIE)

[Q111-164](#)

**Fiona Bevan**, pjevačica i autorica pjesama; **Soweto Kinch**, jazz alt-saksofonist i rapper; **Nile Rodgers**, autor pjesama, producent i umjetnik

[Q165-202](#)

### Utorak, 19. siječnja 2021. godine

**Peter Leatham**, glavni izvršni direktor, Phonographic Performance Ltd; **Andrea Martin**, glavna izvršna direktorica, PRS for Music

[Q203-237](#)

**Tony Harlow**, glavni izvršni direktor, Warner Music UK; **Jason Iley**, Predsjednik uprave i glavni izvršni direktor, Sony Music UK & Ireland; **David Joseph**, Predsjednik uprave i glavni izvršni direktor, Universal Music UK & Ireland

[Q238-330](#)

### Četvrtak, 4. veljače 2021. godine

**Yvette Griffith**, glavna izvršna ko-direktorica i izvršna direktorica, Jazz Re:freshed; **Paul Pacifico**, glavni izvršni direktor, Association of Independent Music; **Rupert Skellett**, pravni savjetnik, Beggars Group

[Q331-416](#)

### Srijeda, 10. veljače 2021. godine

**Roberto Neri**, predsjednik, Music Publishers Association; **Geoff Taylor**, glavni izvršni direktor, BPI

[Q417-489](#)

**Graham Davies**, glavni izvršni direktor, Ivors Academy; **Horace Trubridge**, glavni tajnik, Musicians' Union

[Q490-527](#)

**Steve Bené**, pravni savjetnik, Twitch; **Raoul Chatterjee**, potpredsjednik za partnerstva u pogledu sadržaja, Soundcloud; **Katherine Oyama**, direktorica za odnose s vladom i javnu politiku, YouTube

[Q528-579](#)

### Četvrtak, 23. veljače 2021. godine

**Paul Firth**, direktor za međunarodnu glazbu, Amazon; **Horacio Gutierrez**, voditelj globalnih odnosa i glavni pravnik, Spotify; **Elena Segal**, viša direktorica glazbenog nakladništva za cijeli svijet, Apple Inc

[Q580-70](#)

**Ponedjeljak, 22. ožujka 2021. godine**

**Caroline Dinenage (parlamentarna zastupnica)**, ministrica za digitalno gospodarstvo i kulturu, Ministarstvo za digitalno gospodarstvo, kulturu, medije i sport; **Amanda Solloway (parlamentarna zastupnica)**, ministrica za znanost, istraživanje i inovacije, Ministarstvo za gospodarstvo, energiju i industrijsku strategiju; **Robert Specterman-Green**, direktor za medije i kreativne industrije, Ministarstvo za digitalno gospodarstvo, kulturu, medije i sport; **Tim Moss**, glavni izvršni direktor, Ured za intelektualno vlasništvo

[Q710-787](#)

## Objavljeni pisani podnesci

---

Primljeni su sljedeći pisani podnesci te su dostupni za pregledavanje na dijelu internetske stranice Povjerenstva s [objavama vezanima uz istragu](#).

EMS brojeve generirao je sustav za obradu dokaza te stoga možda nisu potpuni.

- 1 Kampanja #BrokenRecord ([EMS0218](#))
- 2 #PayPerformers ([EMS0064](#))
- 3 Adams, Neil; Sarah Ramage; Caleb Evans; i Paul Deacon ([EMS0225](#))
- 4 AEPO-ARTIS ([EMS0051](#))
- 5 All Party Parliamentary Jazz Appreciation Group ([EMS0161](#))
- 6 Amazon ([EMS0289](#))
- 7 Anderson, Isaac ([EMS0101](#))
- 8 Anonymous, ([EMS0199](#))
- 9 Antal, Daniel; Amelia Fletcher; i Peter Ormosi ([EMS0286](#))
- 10 Apple ([EMS0290](#))
- 11 Archer, Iain ([EMS0190](#))
- 12 Arqiva ([EMS0116](#))
- 13 Artistas Intérpretes o Ejecutantes, Entidad de Gestión de Derechos de Propiedad Intelectual (AIE) ([EMS0133](#))
- 14 Association of Independent Music ([EMS0285](#))
- 15 Association of Independent Music ([EMS0271](#))
- 16 Association of Independent Music ([EMS0157](#))
- 17 BBC ([EMS0227](#))
- 18 BECS ([EMS0113](#))
- 19 BMG ([EMS0207](#))
- 20 BPI ([EMS0282](#))
- 21 BPI ([EMS0208](#))
- 22 Baron, g. Chris ([EMS0222](#))
- 23 Basho Records ([EMS0148](#))
- 24 Beggars Group Limited ([EMS0047](#))
- 25 Bennett, Gordon ([EMS0245](#))
- 26 Bird, Henry ([EMS0132](#))
- 27 Blakey, g. Colin ([EMS0255](#))
- 28 Bolt, gđa. Rachel (slobodna umjetnica - violistica, Rachel S Bolt Ltd) ([EMS0070](#))
- 29 Bonello, dr. Gareth ([EMS0069](#))
- 30 Boorman, g. Phil ([EMS0024](#))
- 31 Boshier, dr. Hayleigh ([EMS0254](#))
- 32 Bourne, Robert ([EMS0291](#))
- 33 Sveučilište Bournemouth ([EMS0048](#))

- 34 Brassroots ([EMS0252](#))
- 35 British Copyright Council ([EMS0139](#))
- 36 Brocklebank, MR Aubrey ([EMS0211](#))
- 37 Bucknall, g. Francis ([EMS0247](#))
- 38 Bucks Music Group Limited ([EMS0269](#))
- 39 CC Young & Co Limited ([EMS0077](#))
- 40 CMU ([EMS0183](#))
- 41 CREATE: UK Copyright and Creative Economy Centre, Sveučilište Glasgow ([EMS0189](#))
- 42 Cain, Marcus ([EMS0049](#))
- 43 Cameron, g. Iain ([EMS0015](#))
- 44 Castle, Christian ([EMS0165](#))
- 45 Clarke, gđa. Josienne ([EMS0159](#))
- 46 Clews, David ([EMS0089](#))
- 47 Cognizant ([EMS0134](#))
- 48 Coldea, Horatiu ([EMS0263](#))
- 49 Council of Music Makers; Featured Artists Coalition (FAC); Ivors Academy; Music Managers' Forum (MMF); Music Producers' Guild (MPG); i Musicians' Union (MU) ([EMS0172](#))
- 50 Creators' Rights Alliance ([EMS0187](#))
- 51 Cronshaw, Andrew ([EMS0035](#))
- 52 DIUO ([EMS0074](#))
- 53 Dalton, d. Morgan ([EMS0060](#))
- 54 Davies-Patrick, d. Nigel ([EMS0005](#))
- 55 Davis, d. Snake ([EMS0082](#))
- 56 Dean-Revington, g. AJ ([EMS0192](#))
- 57 Deegan, Rik ([EMS0117](#))
- 58 Ministarstvo za gospodarstvo, energiju i industrijsku strategiju ([EMS0288](#))
- 59 Ministarstvo za digitalno gospodarstvo, kulturu, medije i sport ([EMS0078](#))
- 60 Digital Media Association (DiMA) ([EMS0233](#))
- 61 Donovan, Florence ([EMS0065](#))
- 62 Entertainment Retailers Association ([EMS0081](#))
- 63 Equity ([EMS0173](#))
- 64 Farris, g. Steve ([EMS0131](#))
- 65 Fenn, g. Adam ([EMS0180](#))
- 66 Firman, g. Robin ([EMS0017](#))
- 67 Flavell, g. Roger ([EMS0042](#))
- 68 Foakes, g. Kevin ([EMS0240](#))
- 69 Foster, gđa. Kadian ([EMS0168](#))

- 70 Fran, g. ([EMS0105](#))
- 71 Garratt, g. Loz ([EMS0258](#))
- 72 Garrett, dr. Steve ([EMS0045](#))
- 73 Garvey, g. Guy ([EMS0138](#))
- 74 Gavan, Ali ([EMS0026](#))
- 75 Generator North East Ltd ([EMS0171](#))
- 76 Green, Martin ([EMS0127](#))
- 77 Guirey, g. Sagat ([EMS0220](#))
- 78 HHMUSIC LLP ([EMS0248](#))
- 79 Hamer-Hodges, g. Anthony ([EMS0206](#))
- 80 Hamilton, ([EMS0262](#))
- 81 Harwood, g. Chris; Angus Mansell; Lewis Harwood; i Joe Jenner ([EMS0224](#))
- 82 Haslam, g. Elliott ([EMS0151](#))
- 83 Henry, g. Julian ([EMS0137](#))
- 84 Herbert, dr. Matthew ([EMS0097](#))
- 85 Herlihy, MR Gavin ([EMS0001](#))
- 86 Hesmondhalgh, Profesor David ([EMS0143](#))
- 87 Hickman, g. Matthew ([EMS0100](#))
- 88 Hipgnosis Songs Fund Limited ([EMS0237](#))
- 89 Hughes, Ed ([EMS0033](#))
- 90 Humphreys, Fenella ([EMS0124](#))
- 91 IFPI ([EMS0209](#))
- 92 IMPF, Independent Music Publishers International Forum ([EMS0121](#))
- 93 International Federations of Musicians (FIM) ([EMS0025](#))
- 94 Incorporated Society of Musicians ([EMS0223](#))
- 95 Internet Association ([EMS0164](#))
- 96 Irish Music Rights Organisation CLG ([EMS0162](#))
- 97 Jana, Ashley ([EMS0011](#))
- 98 Jones, g. Daniel ([EMS0261](#))
- 99 Julian, Oliver ([EMS0219](#))
- 100 Just East of Jazz ([EMS0079](#))
- 101 Kirkland, gđa. Wendy ([EMS0037](#))
- 102 Lasky, Simon ([EMS0274](#))
- 103 Leaone, ([EMS0054](#))
- 104 Lee, g. Mark Christopher ([EMS0241](#))
- 105 Lee, g. Wayne ([EMS0167](#))
- 106 Lindvall, Helienne ([EMS0112](#))
- 107 MIDiA Research ([EMS0073](#))

- 108 MN2S Label Services ([EMS0055](#))
- 109 MacRae, Stuart ([EMS0053](#))
- 110 Madness ([EMS0174](#))
- 111 Magill, g. Joshua ([EMS0153](#))
- 112 Mathers, Dave ([EMS0092](#))
- 113 McCall, g. Ian ([EMS0006](#))
- 114 McCambridge, g. Mark ([EMS0111](#))
- 115 McConville, g. Davo (glazbenik, samostalni umjetnik) ([EMS0214](#))
- 116 McNaughton, Drew ([EMS0099](#))
- 117 Medcraft, Tim ([EMS0266](#))
- 118 Media IP Rights Ltd ([EMS0103](#))
- 119 Menzies, g. Mark ([EMS0020](#))
- 120 Mike Purton Recording Services ([EMS0056](#))
- 121 Millwood, dr. Sasha Valeri ([EMS0275](#))
- 122 Mitchell, Madeleine ([EMS0106](#))
- 123 Mogis, dr. Jay ([EMS0256](#))
- 124 Moore, dr. Garret ([EMS0108](#))
- 125 Murphy ([EMS0268](#))
- 126 Music Managers Forum; i Featured Artists Coalition ([EMS0128](#))
- 127 Music Producers Guild ([EMS0202](#))
- 128 Musicians' Union ([EMS0257](#))
- 129 Musicians' Union ([EMS0080](#))
- 130 NMC Recordings Limited ([EMS0251](#))
- 131 Napier, MR Findlay ([EMS0016](#))
- 132 Neale, Anna ([EMS0058](#))
- 133 Neilson, g. Isaac ([EMS0201](#))
- 134 Nelson, dr. Simon ([EMS0023](#))
- 135 Newman, Joe ([EMS0083](#))
- 136 Ninja Tune Limited ([EMS0063](#))
- 137 Noble, Allison ([EMS0115](#))
- 138 NutCase Theatre Limited ([EMS0260](#))
- 139 OCL (One Click Licence Ltd) ([EMS0043](#))
- 140 One Media iP PLC ([EMS0182](#))
- 141 Ormosi, dr. Peter; i dr. Franco Mariuzzo ([EMS0076](#))
- 142 Oxer, MR Peter ([EMS0031](#))
- 143 PRS for Music ([EMS0158](#))
- 144 Pace, g. Elio ([EMS0175](#))
- 145 Page, g. Will ([EMS0166](#))

- 146 Parker, g. Andrew ([EMS0095](#))
- 147 Parker, g. Niall ([EMS0267](#))
- 148 Patreon, Inc. ([EMS0110](#))
- 149 Peixe, Igor ([EMS0059](#))
- 150 People Music Promotions ([EMS0052](#))
- 151 Phonographic Performance Ltd ([EMS0292](#))
- 152 Phonographic Performance Ltd ([EMS0278](#))
- 153 Pure Records (Yorkshire) Ltd ([EMS0210](#))
- 154 Rees, g. Huw ([EMS0004](#))
- 155 Reith, gđa. Angela ([EMS0029](#))
- 156 Resonate Co-operative (Resonate (Beyond *Streaming*) Ltd) ([EMS0169](#))
- 157 Richards, Tim ([EMS0221](#))
- 158 Rixhon, g. Philippe ([EMS0146](#))
- 159 Robertson, g. Gordon ([EMS0216](#))
- 160 Ruddy, Andy ([EMS0094](#))
- 161 SCRIPT (istraživački centar za pravo i tehnologiju u sklopu Pravnog fakulteta Edinburgh, Sveučilište Edinburgh) ([EMS0205](#))
- 162 Sagna, Ibrahima ([EMS0039](#))
- 163 Scottish Trades Union Congress (STUC) ([EMS0231](#))
- 164 Seamless Entertainment ([EMS0242](#))
- 165 Searle, dr. Nicola ([EMS0041](#))
- 166 Shaw, Malcolm ([EMS0246](#))
- 167 Sheehan, gđa. Renee ([EMS0195](#))
- 168 Shilling, g. Lindsay ([EMS0044](#))
- 169 Sinclair, dr. Gary ([EMS0019](#))
- 170 Sizer, Ben ([EMS0050](#))
- 171 Slavid, Peter ([EMS0002](#))
- 172 Smith, g. Bill ([EMS0084](#))
- 173 SonicData Limited ([EMS0283](#))
- 174 Sonstream Ltd ([EMS0154](#))
- 175 Sony Music UK & Ireland ([EMS0280](#))
- 176 SoundSurf ([EMS0007](#))
- 177 Soundtrack Your Brand ([EMS0228](#))
- 178 Spotify ([EMS0287](#))
- 179 Starkey, g. Jonathan ([EMS0142](#))
- 180 Sun, dr. Hyojung; Prof. David Hesmondhalgh; i dr. Richard Osborne ([EMS0149](#))
- 181 Susman, Verity ([EMS0136](#))
- 182 Sweetinburgh, g. Joe ([EMS0243](#))



- 183 Sweetinburgh, g. Joe ([EMS0239](#))
- 184 Taylor, gđa. Kirstian ([EMS0198](#))
- 185 techUK ([EMS0276](#))
- 186 Thacker, Simon ([EMS0040](#))
- 187 The F-List for Music CIC ([EMS0119](#))
- 188 The Ivors Academy of Music Creators ([EMS0277](#))
- 189 The Ivors Academy of Music Creators ([EMS0197](#))
- 190 The Music Publishers Association ([EMS0179](#))
- 191 The state51 Music Group ([EMS0203](#))
- 192 Tombling, g. Chris ([EMS0093](#))
- 193 Tong, Matthew ([EMS0155](#))
- 194 Tru Thoughts ([EMS0091](#))
- 195 Tyree Records LTD ([EMS0181](#))
- 196 Universal Music UK & Ireland ([EMS0281](#))
- 197 Verity, Thomas ([EMS0152](#))
- 198 Warner Music UK ([EMS0284](#))
- 199 Warner Music UK ([EMS0279](#))
- 200 Wayte, dr. Gavin ([EMS0200](#))
- 201 Webster, Jon ([EMS0102](#))
- 202 West, g. Jamie ([EMS0250](#))
- 203 Whiteside, g. Matthew ([EMS0022](#))
- 204 Whitten, g. Chris ([EMS0096](#))
- 205 Wierzbicka, gđa. Natalia ([EMS0160](#))
- 206 Wilkinson, Tim ([EMS0259](#))
- 207 Williams, Luke ([EMS0191](#))
- 208 Willis ([EMS0186](#))
- 209 Willowhayne Records Ltd ([EMS0067](#))
- 210 Woodroffe, Pete ([EMS0018](#))
- 211 Woollcombe, g. John ([EMS0185](#))
- 212 YouTube ([EMS0144](#))
- 213 Young, g. John ([EMS0087](#))

# Popis izvješća Povjerenstva tijekom trenutnog saziva Parlamenta

---

Sve publikacije Povjerenstva dostupne su na dijelu internetske stranice Povjerenstva koja se odnosi na [publikacije](#).

## Zasjedanje 2021.-2022.

Broj	Naslov	Oznaka
1.	Budućnost glazbenih festivala u UK-u	HC 49

## Zasjedanje 2019.-2021.

Broj	Naslov	Oznaka
1.	Kriza vezana uz Covid-19 i dobrotvorne organizacije	HC 281
2.	Dezinformiranje u infodemiji covid-19	HC 234
3.	Utjecaj covid-19 na digitalni, kulturni, medijski i sportski sektor	HC 291
4.	Širokopojasni Internet i put do 5G-a	HC 153
5.	Saslušanje prije imenovanja glavnog ravnatelja BBC-a	HC 1119
6.	Budućnost javnih servisa za radiodifuziju	HC 156
1. posebno	Godišnje izvješće o radu i financijska izvješća BBC-a 2018.-2019.: TV pretplate za osobe starije od 75 godina, Odgovori Vlade i BBC-a na šesnaesto izvješće Povjerenstva u zasjedanju 2017.-2019.	HC 98
2. posebno	Kriza vezana uz Covid-19 i dobrotvorne organizacije: Vladin odgovor na prvo izvješće Povjerenstva	HC 438
3. posebno	Utjecaj covid-19 na digitalni, kulturni, medijski i sportski sektor: Prvo izvješće: Vladin odgovor na treće izvješće Povjerenstva	HC 885
4. posebno	Dezinformiranje u infodemiji covid-19: Vladin odgovor na drugo izvješće Povjerenstva	HC 894