

NAČELA DELITVE DENARNIH NADOMESTIL IZVAJALCEM

Poslal po e-pošti Janez Križaj, 20.4.2010

Osnovna namena kolektivnega upravljanja sta **dva**:

Prvi je POŠTENO POPLAČILO, in šele drugi je VZPODBUDA USTVARJALNOSTI.

Ločiti je potrebno kaj je ZASEBNA LASTNINA in kaj je JAVNO DOBRO.

Samo takrat, kadar "pošteno poplačilo" dejansko ni možno, se sme uporabiti "približna pravičnost" in argument vzpodbude ustvarjalnosti.

1.) DEFINIRANA UPORABA > **pošteno poplačilo** za delo ustvarjalcev >

minuta=minuta > svoboda podjetništva

Kjer se ve točno koliko denarja iz katerega vira prinese kateri posnetek, mora IPF ta "izvajalski" denar izplačati fonogramcu **ali po navodilih fonogramca**.

V sistemu definirane delitve je potrebno upoštevati samo, da **izplačilo** imetnikom pravic **točno ustreza vplačilu** uporabnika za vsako minuto uporabe.

Delitev se opravi posebej za vsakega uporabnika na osnovi programskega vira, ki vsebuje:

- repertoar uporabnika (identifikacija uporabljenih posnetkov);

- cena minute (neto plačilo uporabnika v obračunskem obdobju / bruto minutaža).

2.) PRAZNJAKI > **spodbujanje ustvarjalnosti v splošno javno dobro** >

izvajalec=izvajalec > svoboda izražanja

Pravica do nadomestila za privatno reproduciranje je neodpovedljiva in neprenosljiva.

Dejstvo, da izvajalec ne more sam prijaviti svoje izvedbe na posnetku, ni v skladu z ZASP.

Ne gre za "pošteno poplačilo", kakršnega zagotavlja sistem licenčnin, ampak za "SPLOŠNO KORIST", ki jo prinaša nagrajevanje ustvarjalnosti človeškega duha in katere cilj je "SVOBODA IZRAŽANJA".

Pri tem je pomembno:

a.) da je ustvarjalnost **izražena** - utelešena v obliko za sporočanje in sprejemanje.

Merljiva parametra sta dva:

- minutaža (daljši posnetek - več sprejemanja ustvarjalnosti);

- **distribucija** (več poslušalcev - več sprejemanja ustvarjalnosti).

b.) da gre za ustvarjalnost **človeškega duha** (ne nagrajujejo se: roboti, pravne osebe, finančni vložki, blagovne znamke, izobrazbe, spretnosti dogovorjanj, spretnosti prijavljanja izvedb...).

c.) da nagrajevanje nikakor NE OMEJUJE **SVOBODE IZRAZA**: vsak ustvarjalec mora - **brez arbitrarno določenih razlik**, kategorij, razredov, točkovanj ipd. - za enako "minutažo x distribucijo" prejeti enako nagrado ne glede na način ali sredstvo njegovega izraza.

add 2) Programski viri

Ob natančno ugotovljivih in nediskutabilnih parametrih (minutaža in število izvajalcev na posnetku) nam ostane tretji – distribucija. Nekaj izhodišč:

- **RTV programi** so že obdelani v bazi IPF in se ponujajo kot prvo učinkovito merilo distribucije. Pri tem ni potrebno, da se upošteva cena, ki jo je posamezni program plačal za minuto posnetka, ampak se programi združujejo v kategorije, upoštevajoč le število potencialnih poslušalcev (domet) in statusne razlike (programi posebnega pomena, lokalne postaje, nacionalne postaje ipd.). Višina sklada se določa za vsako kategorijo posebej, tako da uporabi posnetka v javno pomembnem programu sledi nekoliko višja nagrada. S tem se vzdigne javni ugled kolektivke in odgovori na očitke o favoriziranju najnižjega skupnega imenovalca kulture, saj se sicer "zapostavljeni" marginalci (RŠtudent...) in nikoli "dovolj upoštevani" elitneži (ARS...) lahko višje "ovrednotijo". Pri sestavljanju kategorij se je potrebno izogniti arbitrarnim debatam in se nasloniti na legitimne statusne razlike med programi, ki izvirajo iz odločb Ministrstva za kulturo ali drugega pristojnega organa.

- **Izposoja v javnih knjižnicah**. Teorija, da se izposojeni CD-ji doma velikokrat prepečejo, se zdi verjetna. Seznam izposoje je enostavno dostopen (na žalost tujih CD-jev ni zraven). S skladom Knjižnične izposoje bi vzdignili ugled IPF pa tudi ugled ministrice za kulturo (vredno pogajanja...).

- **Prodaja CD-jev** bi bila možno merilo, če bi našli ustrezen način preverjanja podatkov o dejanski prodaji, katera je zavita v meglo poslovnih skrivnosti. Začetna naklada (morda preverljiva na SAZAS-u) še ni merilo dejanske distribucije. Mnenja o vplivu prodaje na domačo peko CD-jev so deljena. Večina prodanih CD-jev je slovenskih. Za nagrade za uspešno prodajo npr. Zlata, Platinasta plošča je morda bolj primeren Promocijski sklad fonogramcev.

- **Izdaja CD-ja** je zanimivo merilo, saj bi zelo vzdignilo ugled IPF, če bi se razvedelo, da IPF vsakemu izvajalcu za vsako minuto novega na CD-ju izdanega posnetka takoj izplača 0,25€. Pripomogli bi marginalcem, ki se borijo z minimalnimi stroški, in stimulirali bi večje zasedbe (npr. max: 70minCD s 100 orkestraši dobi lepih 1750€, povpr: 40minCD z 10 izvajalci pa 100€). Obenem bi stimulirali promptne prijave posnetkov, saj bi vsak izvajalec že s prijavo CD-ja "zaslužil" 10€ in si takoj povrnil stroške prijave.

- **Javni nastopi** verjetno vplivajo na domačo peko CD-jev, vendar pa program živega nastopa ne zadostuje pogojem delitve, saj ni jasno komu naj bi nadomestilo izplačali v primeru, da je ista skladba posneta v različnih zasedbah, zasedba, ki izvaja to skladbo v živo, pa sploh ni posnela CD-ja. V poštevh lahko pridejo edino programi javnih nastopov z uporabo fonogramov (na playback).

- **Mobilna telefonija** je problematična zaradi dostopnosti in preverljivosti podatkov.

- **Internet** tako legalni (WebRadio, iTunes...) kot ilegalni (Torrent...) gotovo vpliva na domačo peko, vendar je problematičen zaradi nedostopnosti in nepreverljivosti podatkov. Je pa gotovo pot razvoja, saj teoretične prihodnosti ponujajo neomejeno sledljivost internetne distribucije.