

## ОСОБЕНОСТИ ПРИ ЗАЩИТА НА ИНТЕЛЕКТУАЛНАТА СОБСТВЕНОСТ ПРИ МЕНАЖИРАНЕТО НА МУЗИКАЛЕН ЛИЙБЪЛ

доц. д-р инж. Николина Белчева Драгнева  
Бургаски свободен университет

## SPECIFICS OF THE INTELLECTUAL PROPERTY PROTECTION IN RECORD LABEL MANAGING

Nikolina Belcheva Dragneva  
Burgas Free University

*Abstract: There is no country in the world, where music is not consumed. Music is created and "used" in any culture and the pieces of music are the products most accessible for use. The distribution of the musical production is performed free of charge, online in digital and audio formats via Internet. Netlabels use Creative Commons licenses, encouraging the sharing and the creative use of the musical works. This enables the performers to retain full copyrights on their music and to gain popularity at the same time.*

**Key words :** *copyright, record label*

Няма страна в света, в която да не се консумира музика, почти всички страни произвеждат разнообразни музикални форми и стилове. Музиката се създава и „употребява във всяка култура, следователно може да се каже, че музикалните произведения са най-достъпните за потребление продукти. Според чл.2 от ЗАПСП, авторското право върху музикални произведения възниква със самото им създаване. Тези произведения могат да бъдат под материална форма – аудио касета, компакт диск или др., както и в нематериална форма.

**Притежателите на права при музикалните произведения могат да се разделят на две групи:**

- Притежатели на авторско право;
- Притежатели на сродни права

Разпространението на музикалната продукция се осъществява безплатно, онлайн в цифрови аудио формати (основно MP3, OGG и FLAC) през Интернет. Този вид дистрибуция цели популяризиране на изпълнителите, чрез безплатно изтегляне на музикалните им творби, и чрез включването им в сетове, подкасти и видеоклипове. Нетлейбълите използват лицензите на Криейтив Комънс, насърчаващи споделянето и творческото използване на произведенията. Това позволява на изпълнителите да запазят пълни авторски права върху музиката си и едновременно с това да придобият популярност.

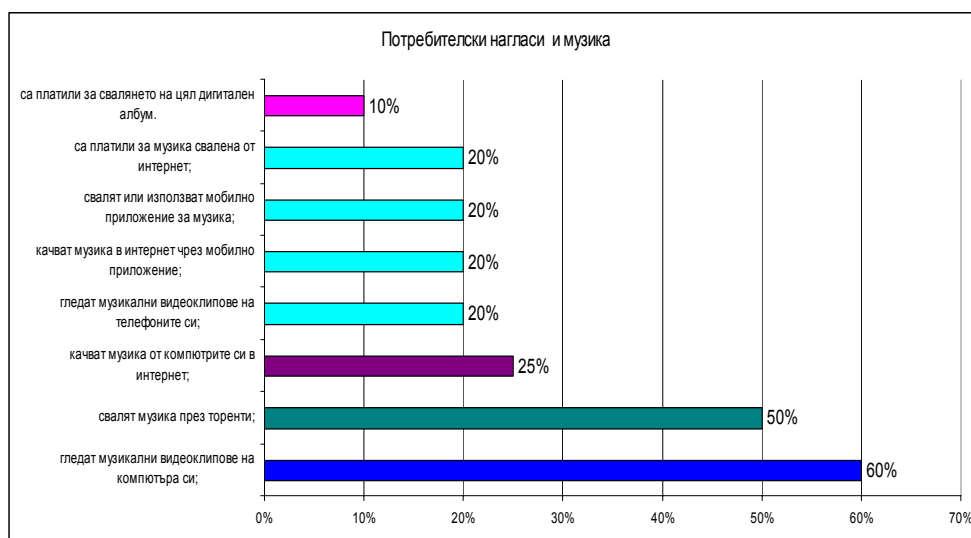
Обикновено се наблюдава наслагване на правата и наличие на няколко притежателя на тези права.

- Икономическите права на композитора;
- Икономическите права на артистите изпълнители;
- Икономически права на продуцента на звукозаписи;
- Икономически права на радио и телевизионните организации.  
Съществува един доста съществен недостатък в ЗАПСП, който пропуска правото на артистите изпълнители, продуцентите на звукозаписи и радио и телевизионните организации сами да използват своите изпълнения, звукозаписи, програми;
- Икономически права на музикалният издател;  
Сред различните видове права са правото на изпълнение и право на копиране или "print right", механичните права и синхронизиращите права;
- Механичните права се отнасят до: възпроизвеждане и разпространение на музикалното произведение авторски права на звуков носител;
- Право на синхронизиране се отнася до: правото на запис на музикалното произведение в синхронизиране с картините на аудиовизуално произведение, като филм, телевизионна реклама или видео продукция.

Съществуват безброй канали предлагащи разнообразие от музика. Музикалните произведения са достъпни от безпрецедентен брой източници и е очевидно, че хората слушат и ценят музиката.

Най-разпространеният начин за слушане на музика е „гледането“ т.е. гледане на музикални видео клипове на компютър и през мобилен телефон.

В обобщение потребителите използват множество устройства и източници за слушане на музика, затова индустрията трябва да продължава да се адаптира при това с бързи темпове, за да отговори на тези потребности и потребителски нагласи (фиг.1) [1].



Фиг. 1. Потребителски нагласи и музика

Начините на разпространение на музикални произведения може да се обобщят в следните няколко варианта:

1. Музика на CD и DVD
2. Онлайн музика
3. Трафик услуги
4. Видео услуги и социални мрежи
5. Мобилни приложения

Потребителите активно слушат музика и са готови в определена степен да плащат за нея, като това зависи от фактори като възраст и регион.

Традиционните начини за слушане на музика все още се използват и са популярни. Потреблението на музика е най-разпространено в интернет и усилията на музикалната индустрия трябва да се насочат в тази среда. Мобилните приложения за другият източник за приходи в музикалната индустрия. Множеството източници на музика обаче водят до липса на интеграция, което в определена степен затруднява генерирането на приходи за музикалната индустрия [2].

#### **Музикална индустрия в България**

В България музикалният бизнес се развива от началото на 90-те години. До 1989 г. в България съществува държавен монопол на една национална звукозаписна компания с едно звукозаписно студио „Балкантон”.

След приемането на закона за авторско право и сродните му права (ЗАПСП) през 1993 г. и регламентирането на дейността на организациите за колективно управление на права (ОКУП), съгласно чл. 40 от закона, нарастват броя на компаниите. произвеждащи лицензирани музикални продукти.

В звукозаписната индустрия в България присъстват 42 компании, които издават и разпространяват лицензирани продукти на големи музикални лейбъли и продуцират български музикални изпълнители.

Пазарът на музикална продукция в страната се разширява, паралелно с подобряването на икономическите показатели за страната, увеличаване на покупателната способност на населението, по-успешното правоприлагане на законодателството в резултат, на което се увеличава събираемостта по договорите, сключени между ползвателите на музикална продукция и организациите за колективно управление на авторски права- Профон и Музикаутор.

#### **• ПРОФОН**

Профон е дружество за колективно управление на сродни права в музиката. Дружеството е с нестопанска цел и е създадено, за да защитава и управлява правата на продуцентите на звукозаписи и артистите-изпълнители. ПРОФОН е част от клуба на Световните организации за колективно управление на права в Международната федерация на звукозаписната индустрия (IFPI) и има директни договори за взаимно представителство със сродни организации от цял свят.

Организацията управлява най-големия музикален каталог у нас, като представлява 90 % от българския и световен музикален репертоар, включително и звукозаписите на трите мейджър музикални компании в световен мащаб (Universal Music Group, Sony Music Entertainment и Warner Music Group), наред с над 30 000 независими чуждестранни лейбъли, както и репертоара на над 180 от най-изявените български изпълнители, групи, музикални компании и продуцентски къщи [3].

- МУЗИКАУТОР

Музикаутор е сдружение за колективно управление на авторски права на композитори, автори на литературни произведения, свързани с музика, и музикални издатели. Като:

1. представлява над 2500 български автори.
2. представлява и бива представляван от 64 чуждестранни авторски дружества. На база на тези договори Музикаутор представлява авторите от близо 100 страни в света.
3. е единствен представител в България на тези организации, единствено дружество, оторизирано да защитава правата на авторите – членове на посочените дружества от съответните държави и да отчислява възнаграждения към тях.
4. Подписване на договор с Музикаутор гарантира на ползвателите легалното ползване на музика с уредени авторски права на почти целия световен репертоар [4].

Развитието на звукозаписните компании и музикалните продуценти през последните години се характеризира с реструктуриране на дейността, на някои фирми – от издателска и продуцентска дейност към лансиране на собствени медии (радиостанции и специализирани кабелни телевизионни канали).

Вертикално интегрирана музикална компания – Пайнер е единствената музикална компания в България, която има затворен цикъл на производство. дейността и включва продуциране, звукозапис (аудио и видео касети, DVD), дистрибуция, печатарска дейност (обложки и плакати), импресарско звено (концерти и турнета), звено монтаж и управление на сцената, два телевизионни канала, снимачни екипи за производството на музикални и видеоклипове.

Патентното ведомство на Република България е национален орган за правна закрила на обектите от индустриалната собственост.

**Марката** представлява знак, който може да бъде представен графично и чиято основна функция е да отличава стоките или услугите на едно лице от тези на други лица.

**Правото върху марка** се придобива чрез регистрацията ѝ, считано от датата на подаване на заявката.

**Регистрацията действа за срок от десет години**, считано от датата на подаване на заявката, и може да бъде подновявана неограничено за следващи периоди от десет години срещу заплащане на такса [5].

Housecast Records е музикален лейбъл за електронна музика с приоритет deep & tech-house. Основната идея зад лейбъла е да се подкрепят младите и талантиливи български артисти като им се даде възможност да работят заедно с утвърдилите се в жанра имена.

Housecast Records е една от музикалните компании в България, чиято дейност включва продуциране, дистрибуция, печатарска дейност, импресарско звено (клубни мероприятия) и радио предавания.

Регистрацията на марката на тази компания в БПВ дава редица предимства за защита на интелектуалната собственост. Правото върху марка е изключително право, което включва правото на нейния притежател да я използва, да се разпорежда с нея и да забранява на трети лица да я използват без негово съгласие.



Фиг. 2. Марка на компанията Housecast Records

Основните клаузи в договора между лейбъла и артиста са:

1. предаването на пълните права за дистрибуция в какъвто и да е формат;
2. предаване на финалната версия на продукцията към лейбъл;
3. дистрибуцията ще се осъществи в глобален мащаб;
4. лейбълът ще предостави 50% от приходите на артиста.

Правата върху интелектуалната собственост представляват крайъгълен камък на европейската икономика и основен двигател за нейния бъдещ растеж. Само през 2009 г. почти 9 % от БВП на ЕС бе произведен от десетте най-големи европейски компании. През 2006г. творческите отрасли, основаващи се на авторските права, като например софтуер, книгоиздаване, периодика, музика и филми, осигуриха 3,3 % от европейския БВП.

Известни са множество актове, чиято цел е да се гарантират авторските права и сродните им такива на автори, изпълнители и продуценти.

АКТА е многостранно международно търговско споразумение за опазване на интелектуалната собственост в Интернет и представлява опит да се въведе ред на пазара за информация и информационни технологии и стоки, основани на информационните технологии. Протестите против клаузите на АКТА са свързани с това че се счита че те няма да ограничат пиратството, а ще доведат до цензура на българското интернет пространство.

#### Литература:

- [1.] Nielsen music enterprises
- [2.] <http://copyrights.bg/>
- [3.] <http://www.prophon.org>
- [4.] <http://www.musicautor.org>
- [5.] <http://www.bpo.bg>
- [6.] Иванов, Р. Защита на интелектуалната собственост при менажиране на музикален лейбъл СНТ, БСУ, 2012.