

I Konwencja Muzyki Polskiej

Muzyka polska w dobie ekspansji Internetu

moderator: Maciej Zieliński

Uczestniczyli, m.in.:

Małgorzata Małaszko – Polskie Radio

Teresa Kozak – PWM

Marcin Kowalczyk, Agata Stawska – EUTERPE

Iza Ciszek – Sony Music Polska, dyr. Działu Digital

Piotr Rzeczycki – Dyrektor działu Klasyki i Jazzu Universal Music Polska

Maciej Kamiński – Digital Manager EMI Music Poland

Stanisław Trzciniński - producent i promotor muzyczny, współwłaściciel STX JAMBOREE / STX RECORDS,

Jarosław Lipszyc – Prezes Fundacji Nowoczesna Polska

Dr. Patryk Gałuszka – Instytutu Ekonomii Uniwersytetu Łódzkiego, autor książki „Biznes muzyczny”

Michał Komar – wiceprezes ZAiKS

Matylda Benderz – iPlay

Jacek Klubiński – Muzodajnia

Tomasz Cyz – NInA

Uczestnicy panelu w swych wypowiedziach zwracali uwagę na następujące problemy:

1. Archiwizacja, cyfryzacja i udostępnianie nagrań
Zostały omówione plany NInA dotyczące digitalizacji i udostępniania zbiorów archiwalnych, m.in. TVP.
2. Zwrócono uwagę na komplikacje natury prawnej, związane z koniecznością pozyskania kompletu praw od właścicieli tych praw (prawa wykonawcze, producenckie), a także zawarcia z ZAiKS-em stosownych umów określających sposób naliczania i przekazywania tantiem. Zwrócono także uwagę na brak możliwości

udostępniania wielu materiałów, co do których właściciele praw nie posiadają prawa do dysponowania tymi materiałami na nowym polu eksploatacyjnym jakim jest Internet i różne formy eksploatacji cyfrowej. Zwrócono uwagę na dyrektywy UE dotyczące cyfryzacji dorobku kulturalnego oraz na konieczność szybkiego i skutecznego ratowania materiałów archiwalnych dotyczących muzyki i koncertów ze zbiorów TVP, dorobku wielu pokoleń twórców ginącego bezpowrotnie...

3. Omówiono krótko zmieniającą się sytuację wydawnictw płytowych w kontekście ekspansji Internetu. Ostatnie lata to stały spadek sprzedaży płyt kompaktowych, co jednak w pewnym stopniu zostało uzupełnione przez sprzedaż plików muzycznych. (światowy trend). Aktualnie około 30% sprzedaży muzyki na świecie to sprzedaż plików właśnie. W Polsce rynek ten jest dużo mniejszy. Na dodatek nie ma wiarygodnych danych statystycznych na ten temat. Z wypowiedzi Piotra Rzeczyckiego z Universal Music Polska, wytwórni płytowej wiodącej prym w tej dziedzinie na Polskim rynku – sprzedaż cyfrowa to ok. 10% przychodów.

Z badań i prognoz wynika że mimo znacznego zmniejszenia się ilości sprzedawanych płyt kompaktowych nośnik ten pozostanie na rynku. Paradoksalnie sprzedaż i produkcja płyt winylowych ostatnio wzrosła.

4. Z wypowiedzi przedstawicieli portali internetowych Muzodajnia.pl oraz Play.pl sprzedających muzykę polską w formie plików mp3 wynika że obecność polskiej muzyki współczesnej jest w ofercie tych sklepów bardzo niewielka. Z oczywistych względów oferta dotyczy głównie muzyki pop. W serwisie Muzodajnia.pl współpracującym aktywnie z Universal Music Polska katalog muzyki poważnej jest jednak dość duży (na poziomie 10% całości zasobów). Oba serwisy działają na zasadzie modeli subskrypcyjnych, gdzie za stałą opłatę miesięczną użytkownik może pobrać dowolne utwory z katalogu oferowanego online.

Przedyskutowano zasadność stosowania zabezpieczeń typu DRM, przy sprzedawanych plikach. Część firm światowych (np. iTunes) zrezygnowała z jakichkolwiek zabezpieczeń plików, co znacząco zwiększyło wygodę użytkownika plików.

5. Zwrócono uwagę na istotne warunki które powinny być spełnione aby dostępność i sprzedaż plików mp3 zwiększyła się.

- społeczeństwo jako naturalne i instynktowne musi odczuwać poszukiwanie legalnego repertuaru w sieci
 - cena powinna być dostosowana do możliwości nabywczych polskiego społeczeństwa.
 - kupujący powinni mieć świadomość jaka część ceny trafia do artystów
 - pliki nie mogą być zabezpieczane systemami typu DRM
 - na rynku polskim musi dojść do szerokiego dostępu do plików muzycznych całych dostępnych katalogów, a nie tylko wybranego repertuaru kierowanego do nielicznych serwisów online
 - edukacja młodzieży od wieku szkolnego
6. Zwrócono uwagę na potrzebę edukowania społeczeństwa w zakresie użytkowania muzyki w Internecie oraz za pomocą nowych narzędzi takich jak multimedialne telefony komórkowe, urządzenia odtwarzające mp3, etc
 7. Zwrócono uwagę na kłopoty z legalnym dostępem do polskiej muzyki w formie plików mp3, ze szczególnym uwzględnieniem muzyki współczesnej. Zwrócono uwagę na konieczność jak najdokładniejszego rozpoznania rynku muzyki online, jego potrzeb, uwarunkowań i współpracy różnych uczestników rynku muzycznego tak, aby ten rynek rozwijał się bez przeszkód.
 8. Zwrócono uwagę na istotną rolę Internetu, portali społecznościowych i innych serwisów w promocji muzyki, jej twórców i wykonawców. Na marginesie dyskusji zwrócono uwagę na brak na polskim rynku tzw. art managerów, których rola w zdrowym funkcjonowaniu środowisk muzycznych na całym świecie jest niezwykle istotna.
 9. Omówiono możliwości udostępniania koncertów i różnego typu nagrań za pomocą nadań i transmisji internetowych. Jako przykład podano działania Filharmonii Podlaskiej która transmituje swoje koncerty w Internecie, a także prezentuje je w YouTube.
 10. Zwrócono uwagę na konieczność zawierania umów z wykonawcami w taki sposób, aby nabywać zakres praw dotyczący możliwości nadawania i udostępniania muzyki w Internecie oraz sprzedaży w formie plików muzycznych.
 11. Podsumowano panel zwracając uwagę na olbrzymi zakres tematyczny z jakim przyszło się zmierzyć. Kilka istotnych zagadnień nie doczekało się szerszego

omówienia ze względu na krótki czas trwania panelu. Istnieje konieczność kontynuowania dyskusji przy innych okazjach, choćby w celu poruszenia takich tematów jak „Internet a nowe formy promocji muzyki, jej twórców i wykonawców” czy „Prawo autorskie a Internet”.

Wnioski i zalecenia:

1. Inspirowanie, wspieranie i dofinansowywanie działań edukacyjnych mających na celu zwiększenie świadomości odbiorców muzyki co do legalnych sposobów pozyskiwania plików muzycznych w Internecie.
2. Inspirowanie, wspieranie i dofinansowywanie przedsięwzięć edukacyjnych z zakresu prawa autorskiego pomagające instytucjom, firmom nabywać prawa w zakresie pozwalającym eksploatować muzykę w Internecie i różnych formach eksploatacji cyfrowej.
3. Inspirowanie, wspieranie i dofinansowywanie działań mających na celu zwiększenie dostępności polskiej muzyki w serwisach sprzedających pliki muzyczne
4. Budowa portalu internetowego będącego szerokim kompendium wiedzy o muzyce polskiej. Brak takiego serwisu internetowego był zgłaszany przy wielu dyskusjach konwencji.
5. Dofinansowywanie sprzętu i rozwiązań informatycznych umożliwiających go filharmoniom, salom koncertowym różnego typu, prowadzenie transmisji koncertów w Internecie.
6. Zlecenie okresowych, kompleksowych badań Polskiego rynku muzycznego, ze szczególnym uwzględnieniem rynku sprzedaży cyfrowej i Internetu.
7. Prowadzenie intensywnej polityki informacyjnej z zakresu „Muzyka w Internecie” wskazującej na trendy, zmiany, nowe zjawiska, zmieniające się regulacje prawne, etc

Sprawozdanie sporządził
Maciej Zieliński