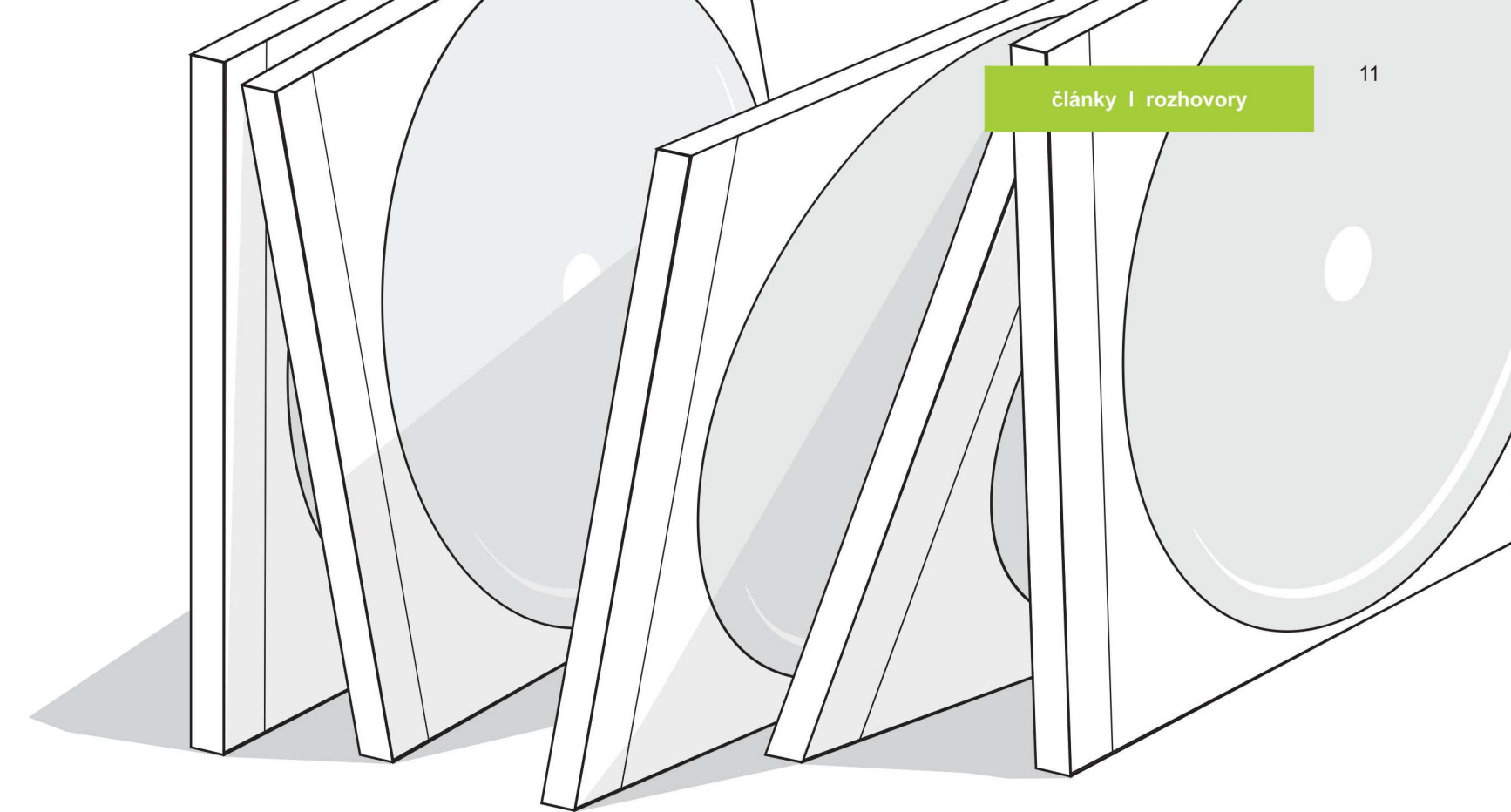




Není knihovna jako knihovna

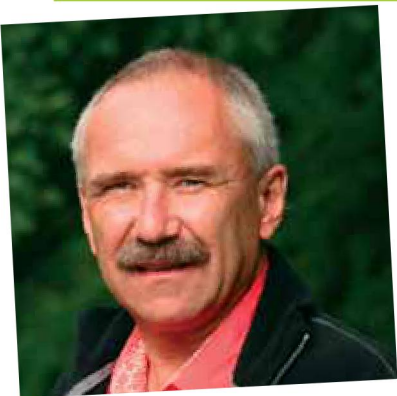
Způsob provozování a šíření hudby se mění od nepaměti, a to v návaznosti jak na rozvoj techniky, tak na potřeby těch, kteří hudbu užívají, tedy kteří ji zprostředkovávají konečnému konzumentovi. Od dob, kdy exkluzivní a vždy jedinečné koncertní provedení živými hudebníky bylo prakticky hlavním způsobem užití skladeb, uplynula staletí. Dnes nás hudba oklopuje především ze záznamu. A to prakticky na každém kroku. Ve vysílání v rozhlasu a televizi, z nahrávek na CD a DVD, na internetu, ve vlacích a autobusech, v obchodních domech, a mnohdy dokonce i proti naší vůli. Řada užití pak již dávno není tzv. prvoplánová, tedy při jejím šíření nejde prvotně o to, hudbu si „vychutnat“ a plně se soustředit na její poslech. Hudba se stává ve velké míře jen kulisou, akustickým doplňkem, který má vzbuzovat emoce při prezentaci něčeho úplně jiného. Ať už je to reklama, informační film o jakémkoliv výrobku, podkres pro zpravodajství v televizi. Při takovémto druhu užití pak není k dispozici dostatečné

množství peněz na to, aby se pro tyto účely hudba speciálně komponovala a nahrávala, jak tomu je kupříkladu u celovečerních filmů. Na druhé straně je v těchto případech poptávka po hudbě nesmírně vysoká.

V minulosti se takovéto užití hudby praktikovalo především tak, že hudební dramaturgové na filmy a další audiovizuální záznamy vyráběné v televizi používali nahrávky z vlastního, tedy televizního archivu. Řady výrobců filmů a pořadů všeho druhu se však rozrostly a tím i potřeba mít k dispozici tisíce hudebních témat a nahrávek všeho druhu. Tato situace dala v minulosti vzniknout takzvaným hudebním knihovnám. Hudební knihovna nebo, jak se také říká, „produkční hudba“ (production music) je tedy soubor nebo archiv nahrávek vytvořený nikoliv pro účely komerčního prodeje, nýbrž speciálně a výhradně pro účely užití této hudby v rozhlasovém a televizním vysílání jako různé podbarvení, předěly, zvukový obal, dále pro účely synchronizace pro film,

televizi a v neposlední řadě pro televizní, rozhlasové a internetové reklamy. Většinou se jedná o nahrávky instrumentální hudby všech žánrů, najdeme zde však v menší míře i vokální nahrávky klasiky (sbory), etnické hudby a občas i hudby populární. I u nás existuje hudebních knihoven několik. A jak už to v praxi bývá obvyklé, každá z nich funguje trochu jinak a ne na zcela identických principech. Vlastnit hudební nahrávky je totiž jedna strana mince. K jejich praktickému uplatnění však musí získat hudební knihovna souhlas s přesně smluvně definovanými podmínkami od toho, kdo hudbu složil a nahrál. V terminologii autorského zákona: získal synchronizační práva.

Na uvedené téma jsme proto položili otázky třem hudebním nakladatelům: Zdeňku Nedvědovi – Studio Fontána spol. s r.o., Pavlu Růžičkovi – nakladatelství ORM, Ing. Petru Bělohávkovi – A-Tempo Verlag spol. s r.o., kteří mají s hudebními knihovnami již léty prověřené zkušenosti.



Pavel Růžička

Co by si měl podle vás autor představit pod pojmem synchronizační práva?

Nedvěd:

V díkci autorského zákona – souhlas k výrobě audiovizuálního díla, který jakožto originální nakladatel případně subnakladatel udílí výrobci audiovizuálního díla licenci majitelů nahrávky a copyrightu.

Bělohávek:

Synchronizace ve své původní podobě je spojení hudby s obrazovým záznamem a synchronizační práva představují vlastně poskytnutý souhlas majitelů nahrávky a copyrightu nahrané skladby k tomuto spojení a dalšímu užití v tomto spojení.

Růžička:

Jsou to placená práva za užití hudby k tzv. synchronizaci, čili použití hudby při výrobě (reklam, spotů, audiovizuálních programů atd.). Tato práva mají svůj ceník, ve kterém je stanoveno, za jakých finančních podmínek může být skladba užita. Hudební knihovny mají svůj pevný sazebník pro různé užití hudby.

Znamená to, že každá knihovna má vlastní ceník, nebo v praxi existují dohody mezi jednotlivými knihovnami, či vžitá praxe, na jejichž základě jsou tyto ceníky srovnatelné? Taková je kupříkladu praxe při stanovení výše licenčních poplatků v divadle nebo při vydávání knih.

Nedvěd:

Pohybujeme se v konkurenčním prostředí, a tak ceny stanovuje poptávka na trhu a každá knihovna má svoji vlastní cenovou politiku.

Růžička:

Každá knihovna má svůj vlastní ceník za synchronizace, ale ceny se v zásadě od sebe příliš neliší. Užití hudby z knihovny by mělo



Zdeněk Nedvěd

v první řadě odrážet její kvalitu a ne cenu. Licenční poplatek v divadlech se pohybuje okolo 1000,- Kč za každou započatou minutu užití hudby. V mnoha případech, kdy je užito větší množství hudby, se stanovuje cena dohodou.

Bělohávek:

Každá knihovna nebo skupina zastupovaných knihoven má svůj vlastní ceník, dohody sice neexistují, nicméně je zde určitá vžitá praxe, podle které je možné říci, že cenové hladiny jednotlivých knihoven jsou v podstatě v ČR srovnatelné.

V čem je hudební knihovna autorům nejvíce prospěšná?

Nedvěd:

Vzhledem k tomu, že například lokálně produkované knihovny Fontána Music Library a Sprint Music Library již dosáhly zastoupení ve více než 40 zemích světa, mají autoři daleko větší prostor pro uplatnění. Mají možnost svou hudbu zásadně zviditelnit, dostat se do světového povědomí. Jejich práce se může stát součástí velkých projektů, reklamních kampaní, filmů či televizního vysílání prakticky kdekoli ve světě, kde má Studio Fontána zastoupení. Studio Fontána jako jeden z mála výrobců produktů music library ve východní Evropě vyplňuje po roce 1989 tento prostor a dává šanci zejména českým autorům prosadit se ve světové konkurenci. Nejen pro autory, ale i pro nás je to velice prestižní záležitost. Navíc autoři většinou získávají dlouhodobou formu příjmu.

Bělohávek:

Hudební knihovna může být velmi prospěšná zejména autorům zmíněné instrumentální hudby, neboť jejím prostřednictvím je šířena plošně většinou po celém světě. Radě autorů proto zařazení jejich skladeb a na-



Petr Bělohávek

hrávek může přinášet velmi slušné a hlavně trvalé příjmy.

Růžička:

Autor, který má svoji hudbu v knihovně, obdrží při užití své skladby jednak honorář v podobě synchronizačního poplatku, jež autorovi vyplácí majitel knihovny, čili nakladatel. Dále autor obdrží honorář za veřejné provozování takto užitě hudby, který je vyplácen autorům prostřednictvím OSA. Jestliže je knihovna zastoupena mezinárodně, autor obdrží honorář ze zemí, do kterých je knihovna distribuována, a tím se jeho hudba šíří do mnoha zemí.

Jakým způsobem nabízíte knihovny uživatelům?

Nedvěd:

Existují tři způsoby distribuce. Základní formou je bezplatné dodání na CD, případně DVD nosičích. Některé větší produkce preferují MP3 a WAV na vlastním hard disku. Velice jednoduché a flexibilní je vyhledávání a následné stažení hudby z našich internetových databází (music search). Záleží na preferenci zákazníka.

Bělohávek:

Knihovny nabízíme celému spektru uživatelů – televizním a rozhlasovým stanicím, studiím, postprodukčním firmám, reklamním agenturám, internetovým firmám. A to dnes vesměs na hard discích s velkou kapacitou, na kterých má klient okamžitě k dispozici celou knihovnu s rychlým vyhledávačem. Většina námi zastupovaných knihoven také nabízí možnost stahování hudby z internetové databáze pro registrované klienty, a sice jak v MP3, tak i WAV kvalitě.

Růžička:

Knihovna je uživatelům nabízena bezplatně na CD nebo terabitových discích. Uživatel

nakladateli platí až v případě užití hudby z knihovny.

Za jakým účelem je obsah hudebních knihoven využíván nejvíce?

Nedvěd:

Obecně se dá říci, že hudební knihovnu můžete využít kdekoli, kde je potřeba určitá forma ozvučení, kromě již zmiňovaných např. v divadle, při tvorbě promovideí, rádiových předělů a jinglů, ozvučení prezentací, veletrhů, webových stránek a mnoha dalších.

Růžička:

Užití skladeb je skutečně rozsáhlé. Nejzajímavější využití skladeb z knihoven je ale v oblasti televizní a rozhlasové reklamy, kde je vysoký poplatek jak za synchronizaci, tak i za veřejné provozování.

Bělohávek:

Užití knihoven je opravdu velice široké, nejvíce se však asi v poslední době knihovny využívají v televizní, rozhlasové a internetové reklamě, neboť jsou pro produkční firmy a reklamní agentury oproti komerčně vydávané hudbě cenově dostupnější a paleta nabízené hudby je nesmírně rozsáhlá.

Jak řešíte smlouvy s autory?

Nedvěd:

Základními dokumenty jsou licenční smlouva, případně licenční smlouva o převodu práv ke zvukovému záznamu.

Bělohávek:

Naše firma zastupuje zejména zahraniční knihovny pro naše území, v tomto případě smlouvy s autory řeší původní nakladatel a my jsme jejich subnakladateli. Pokud pracujeme v oblasti knihoven s místními autory, je pro nás zde základním dokumentem licenční smlouva nakladatelská.

Růžička:

Jak již bylo řečeno, smlouvy s autory jsou řešeny licenční nakladatelskou smlouvou, která má určitá pravidla právě vzhledem k hudební knihovně. Rád bych zde uvedl příklad, jak takové smlouvy uzavírá anglická knihovna Carlin, která má ve světové distribuci své knihovny víc jak třicetiletou tradici. Ze smlouvy je patrné, že autorovi náleží 50% výnosu jak za synchronizace, tak i za veřejné provozování. Zde je nutno si uvědomit, že právě příjem za synchronizace je hlavním příjmem hudebních knihoven. Autor by měl být při podepisování nakladatelské smlouvy velmi obezřetný, aby právě synchronizační práva měl v této smlouvě přesně definovaná a v žádném případě se jich nevzdával pouze ve prospěch nakladatele. Synchronizační

renomovaná jména, se kterými jsem se setkal jak v titulcích filmové i televizní tvorby, tak i na mnoha CD.

Jste zaměřeni na speciální žánr?

Nedvěd:

Nikoliv. Jak již bylo naznačeno, hudební knihovna má za účel nabídnout širokou škálu stylů tak, aby zákazník našel hudbu k jakémukoli projektu. Protože fungujeme v tržním prostředí, je naším cílem hledat a vydávat hudbu, která je nedostatková, specifická. Zajímá nás ovšem každý žánr. Samozřejmě za dodržení profesionální kvality, což je pro nás základním stavebním kamenem. I z tohoto důvodu se naši produkci dostává velice kladného hodnocení v zahraničí. V kolekci Fontana Music Library naleznete množství projektů, které konkurence nenabízí. Jedná se zejména o unikátní sérii světové folklorní hudby a novou řadu české klasické hudby.

Bělohávek:

Ne, knihovny, které zastupujeme, jsou globální, pokrývají hudbu všech žánrů, od hip-hopu po klasiku.

Růžička:

Dobrá hudební knihovna musí obsahovat všechny žánry, včetně klasiky a archivních hudeb.

Ve kterých nejznámějších reklamách či pořadech byla využita hudba z vaší knihovny?

Nedvěd:

Hudba z našich vlastních i zastupovaných knihoven se objevila v reklamách na Ford, Danone, Datart, Fabio fest, Veolia, ING Bank a mnoha dalších. Co se týče televizních pořadů, v poslední době jde o Ordinaci v růžové zahradě, Cestománii nebo Auto Moto Revue. Mezi filmy patří Nestyda, Václav, Oko ve zdi nebo Účastníci zájezdu.

Bělohávek:

Byla jich celá řada, v poslední době například: Staropramen, Tesco Club Card, Vodafone, Nescafé, Raiffeisen Bank, Pavel Nedvěd - Grand Paolo, v TV seriálu Dokolný svět, ve filmech Návrat idiota, Tobruk, Obsluhoval jsem anglického krále, Raftáci, Vratné lahve a dalších.

Růžička:

Carlin knihovna byla využita v mnoha reklamních spotech, např.: Danone, Pilsner Urquell, O2, Vodafone, a v TV seriálu Pojišťovna štěstí. To se ovšem týká jen ČR.

Rozhovor vedli a zpracovali
Michael Prostějovský a Petr Soukup.