

MARGINALIJE POVODOM DEFINISANJA POJMA KORISNIKA I POJMA JAVNOSTI U SISTEMU KOLEKTIVNOG OSTVARIVANJA AUTORSKOG I SRODNIH PRAVA

Vesna Dabetić—Trogrić
Univerzitet Sinergija
Pravni Fakultet u Bijeljini
Raje Baničića bb
vesnadabetic@yahoo.com

Sažetak: *U odsustvu publike kao javnosti u najširem smislu reči, ne može se govoriti o iskorišćavanju predmeta zaštite autorskog i srodnih prava. Postojanje publike kao javnosti jeste uslov ostvarivanja autorskog i srodnih prava, a jer imaoci ovih prava stvaraju nematerijalna dela upravo zato da bi komunicirali sa javnošću. Korisnici predmeta zaštite autorskog i srodnih prava su subjekti/privredni subjekti koji korišćenjem ovih prava stiču ekonomske prihode i u tom smislu su istovremeno i obveznici naknade za korišćenje predmeta zaštite koju organizacije za kolektivno ostvarivanje autorskog i srodnih prava sakupljaju u vidu ugovorene naknade od ovlašćenih korisnika ili u vidu naknade štete od neovlašćenih korisnika.*

Ključne reči: *predmet zaštite autorskog i srodnih prava, iskorišćavanje predmeta zaštite autorskog i srodnih prava, korisnik predmeta zaštite autorskog i srodnih prava, publika – javnost u najširem smislu, imaoci autorskog i srodnih prava, organizacije za kolektivno ostvarivanje autorskog i srodnih prava.*

Abstract: *In the absence of a public audience in the broadest sense, can not speak about the exploitation of the subject of protection of copyright and related rights. The existence of a public audience is a condition of copyright and related rights, and because holders of these rights form part of intangible precisely to communicate with the public. Users of the subject of protection of copyright and related rights are entities / undertakings that use of these rights are acquired economic income and in this sense are also liable to charges for the use of subject-matter by an organization for collective administration of copyright and related rights are collected in the form of the agreed fee of authorized users or form of compensation from unauthorized users.*

Key words: *the subject of copyright and related rights, exploitation of the subject of copyright and related rights, by the subject of protection of copyright and related rights, the audience - the public in the broadest sense, the holders of copyright and related rights, the organization for collective administration of copyright and related rights.*

1. UVOD

Autorsko i srodna prava kao vrste prava intelektualne svojine, tradicionalno su bila u funkciji razvoja nacionalne kulture i sprovođenja kulturne politike na planu međunarodne kulturne saradnje i to kao sredstvo očuvanja, jačanja i širenja umetničkog i kulturnog stvaralaštva. U informatičkoj eri otvaraju se nove i nesagledive mogućnosti za ekonomsko korišćenje autorskih dela i predmeta srodnopravne zaštite kroz “kulturne industrije”. Kulturne industrije svojom aktivnošću menjaju značaj pojedinih funkcija autorskog prava. Zahvaljujući konkurentskoj funkciji autorskog prava, u krug zaštićenih subjekata koji imaju pravo na

učešće u ekonomskoj koristi koja se ostvari komercijalizacijom autorskog dela, pored autora ravnopravno su ušli i privredni subjekti koji se bave legalnim ekonomskim korišćenjem autorskih dela. Afirmacija srodnih prava (izuzev prava interpretatora) je upravo posledica promena tradicionalnog koncepta ovih prava obzirom da ta prava izvorno pripadaju privrednim subjektima (proizvođačima fonograma, videograma, emisija i baza podataka) i štite privrednu delatnost, a ne intelektualno stvaralaštvo.

U svetlu novog koncepta autorskog i srodnih prava valja ustanoviti na pravilan način i pojam korisnika i pojam javnosti u autorskopravnom i srodnopravnom smislu, a preko uslova za ostvarivanje autorskog i srodnih prava u kontekstu razumevanja složenog uzročno-posledničkog odnosa subjekata autorskog i srodnih prava prema korisnicima predmeta zaštite autorskog i srodnih prava, s jedne strane i prema javnosti u autorskopravnom i srodnopravnom smislu, s druge strane.

2. USLOVI OSTVARIVANJA AUTORSKOG I SRODNIH PRAVA

Za uspešno ostvarivanje autorskog i srodnih prava, nije od uticaja samo nacionalni zakonodavni okvir koji slepo sledi unifikovana međunarodna pravila i uporednopravnu teoriju. Ne sme se izgubiti iz vida prateća infrastruktura u institucijama i u društvu u celini tj. postojanje pravnog sistema kao prvi uslov. Sa sociološkog aspekta pravni sistem svoju težnju za stabilnošću usklađuje sa prosperitetom individualnih akcija.¹ Zbog promenljivosti i neograničenosti područja koje nastoji da obuhvati, s jedne strane i unutrašnje tendencije prava ka stalnosti, s druge strane, nijedan pravni sistem ne može biti u apsolutnom smislu potpun i adekvatan. Međutim, postojanje i vrednost pravnog sistema može se meriti po stepenu racionalnosti i unutrašnje sinhronizacije opštih i posebnih pravnih normi i njihove spoljašnje sinhronizacije sa stepenom priznanja, primene i izvršenja, a što podrazumeva identitet, autoritet i pravni integritet normi, kao i autoritet sudskih odluka. Kada povodom delovanja "Pragus"-a (kolektivne organizacije za ostvarivanje prava interpretatora), koji je ustvrdio da štiti interese interpretatora i "za to naplaćuje novac od kablovskih operatera koji još ne isplaćuje jer nije pokrio troškove", glumci izjave "Kažete da treba da mi daju novac. Ma, otkud njima pravo da oni štite neka moja prava?" (Petar Kralj); "Pojma nemam da neko štiti moja prava i da za to treba da mi isplaćuje novac." (Seka Sablić); "Dobijao sam neke SMS-ove u kojima me obavestavaju o nekom članstvu, ali nikakvu novčanu naknadu nisam primio." (Branislav Lečić)², onda se za Srbiju bez preterivanja može reći da je država u kojoj nema primene prava, pretvaranja i prerastanja normativnog u faktičko tj. normativne egzistencije prava – njegovog važenja, u faktičku egzistenciju. Iz izjava imenovanih glumaca, sa sigurnošću se može zaključiti da stvaralac norme nije ništa učinio da normativni sadržaji o ostvarivanju autorskog i srodnih prava postanu poznati subjektima na koje se to pravo odnosi: imalcima autorskog i srodnih prava, organizacijama za ostvarivanje autorskog i srodnih prava i korisnicima predmeta zaštite autorskog i srodnih prava, kao i ukupnoj javnosti. U vreme kada su glumci dali navedene izjave, u Srbiji je u normativnom smislu u važnosti bio sistem ostvarivanja autorskog i srodnih prava³ i to na zavidnom nivou u odnosu na države u okruženju, pa iako nije bio toliko detaljno i precizno normiran kao što je to učinjeno novim

¹ Hegel, Osnovne crte filozofije prava, Sarajevo, 1989. str. 337-338

² Kurir, „Glumci u čudu“ – Filmske i pozorišne zvezde od Kurira saznale da njihova prava štiti organizacija

Pragus i da za to naplaćuje novac od kablovskih operatera; Pragus: Novac još ne isplaćujemo jer nismo

pokrili troškove, 22. decembar 2009. godine

³ Zakon o autorskom i srodnim pravima – „Službeni list SCG“ br. 61/2004 – član 147. do 174.

Zakonom o autorskom i srodnim pravima iz 2009. godine, sistem nije u bilo kojem vidu ograničavao mogućnost ostvarivanja autorskog i srodnih prava. To znači da su subjekti, na koje se odnosi normativno izraženi sistem ostvarivanja autorskog i srodnih prava, odgovorni za njegovu neprimenu. Naime, nepoznavanje normi za posledicu uvek ima ponašanje suprotno normi. Za kolektivnu organizaciju "Pragus", u konkretnom slučaju se ne bi moglo reći da se radi o nepoznavanju normi, naprotiv, ona je upravo iz poznavanja normi za sebe obezbedila prava koja joj pripadaju, da ubira naknadu od korisnika predmeta zaštite autorskog i srodnih prava, ali i pravo da naknadu ne distribuira imaocima prava, a koje pravo joj ne pripada. Takva jednostrana primena normativnog sadržaja obezbeđuje toj organizaciji poziciju da postoji samo sebe radi i svog bogaćenja radi, a ne radi ostvarenja normativnog cilja Zakona o autorskom i srodnim pravima i cilja ukupne međunarodne zajednice tj. cilja konvencijskog prava - da se zaštite nosioci autorskog i srodnih prava, s jedne strane i omogući korisnicima privredno iskorišćavanje predmeta zaštite autorskog i srodnih prava, s druge strane, a da se pri tom zadovolji javni interes. Očigledno je da u navedenom konkretnom slučaju, kolektivna organizacija "Pragus" nije ispunila svoju osnovnu funkciju – distribuiranje naknade interpretatorima, a za neispunjenje te osnovne funkcije radi koje primarno postoji takva organizacija, opravdanje ne može biti "pokrivanje troškova" organizacije, čime se ova organizacija pred javnošću pravda. U toj tački postavlja se pitanje i otvara problem sposobnosti organizovanja organizacije i smisao ideje o ostvarivanju autorskog i srodnih prava, te podrška Srbije delovanju organizacija protivno svim pravilima i iskustvima primene prava u domenu ostvarivanja autorskog i srodnih prava, po kojima slične organizacije deluju na međunarodnom planu, u celom svetu. Dakle, za ostvarivanje autorskog i srodnih prava nije dovoljno idealno normiranje pravila o ostvarivanju prava, kao pravni okvir koji definiše i razjašnjava prava i postupke i koji počiva na međunarodnim ugovorima, konvencijama i pravilima WIPO-a i teče ka nacionalnom nivou i koji naravno mora izabrati prihvatljiv model ostvarivanja autorskog i srodnih prava koji bi omogućio razvoj "kulturnih industrija". Potrebno je da postoje ustanove i instrumenti kojima se ostvaruju prava: u vidu sticanja i održavanja prava preko nacionalnih i regionalnih zavoda za intelektualnu svojinu, u vidu upravljanja i sprovođenja prava individualno ili preko kolektivnih organizacija, kao i institucionalno sprovođenje prava u sudovima, carini, inspekciji i policiji. Samo ukupna ispunjenost ovih uslova osigurava da strategija ostvarivanja autorskog i srodnih prava dobije svoj finalitet, u suprotnom radi se samo o projekciji ostvarivanja prava.

U uslovima tržišnog načina privređivanja, tržište je nužan, drugi uslov za ostvarivanje autorskog i srodnih prava, kao oblik ekonomskih odnosa koji karakteriše slobodna razmena ekvivalentnih vrednosti u vidu robe, usluga i novca. Tržište je donelo neophodnost da i autor, kao i imalac srodnog prava sa svojim delom učestvuje u ekonomskoj razmeni i to tako što pravo priznaje imaocima autorskog i srodnih prava svojinu nad njihovim delima kao nematerijalnim (kada je u pitanju autor) i materijalnim dobrima (kada su u pitanju imaoci srodnih prava, osim interpretatora).

Međutim, za nastanak, postojanje i priznanje autorskog i srodnih prava, tržište nije bilo nužan i dovoljan uslov, već je morao da se ostvari dodatni, treći uslov, naravno pod bitnim uticajem ideološko-filozofskih gledišta prosvetiteljstva i buržoaske revolucije, a to je tehnologija za masovnu komunikaciju. Pod tehnologijom za masovnu komunikaciju podrazumevaju se tehnička sredstva pomoću kojih se duhovni sadržaji (ideje, informacije) mogu saopštavati širem krugu ljudi – javnosti. To su štamparske mašine, sredstva za snimanje i reprodukovanje zvuka i slike, sredstva za daljinski prenos zvuka i slike i slično. Uz pomoć navedenih sredstava formira se ekonomski relevantna javnost - publika koja svojom brojnošću, a time i ekonomskom snagom, čini osnovu tržišne tražnje za predmetom zaštite autorskog i srodnih prava. Bez sredstava masovne komunikacije, tražnju za predmetima

zaštite autorskog i srodnih prava reprezentuje samo uski krug ljudi koji imaju mogućnosti da uživaju u istima, samo putem neposredne lične komunikacije sa nosiocem autorskog i srodnih prava. Dakle, kada se steknu dva uslova, tržište i tehnologija za masovnu komunikaciju, ekonomija i na njoj zasnovano pravo, nameću logiku da samo stvaraoci predmeta zaštite autorskog i srodnih prava imaju isključivo pravo da ekonomski kontrolišu iskorišćavanje predmeta koje su stvorili i sa kojima kao rezultatima svog rada, ulaze u odnose razmene za rezultate rada drugih proizvođača i davalaca usluga na tržištu.

U autorskom i srodnim pravima, u kontekstu ostvarivanja ličnih pravnih i imovinskopravnih ovlašćenja imalaca ovih prava, nailazi se na pojam javnosti koji je absorbovan u sledećim izrazima: priznanje autorstva/interpretatorstva, objavljivanje dela/predmeta zaštite, umnožavanje dela, stavljanje primeraka dela u promet, izvođenje dela, predstavljanje dela, prenošenje izvođenja ili predstavljanja dela, emitovanje i reemitovanje dela, javno saopštavanje dela koje se emituje, javno saopštavanje dela sa nosača zvuka ili slike i sl. Kako je celo autorsko i srodna prava prožeto pojmom javnosti, to se postavlja pitanje da li je postojanje javnosti uslov (četvrti uslov) za ostvarivanje autorskog i srodnih prava. Da bi se odgovorilo na pitanje šta je to javnost u smislu autorskog i srodnih prava, valja poći od pojma javnog mnjenja koje u savremenom svetu ima veliki značaj zbog uticaja na sve društvene tokove i sfere. Javno mnjenje kao pojam se može raščlaniti na tri pojma: "javno", "javnost" i "mnjenje". Reč "javno" potiče od latinske reči "publicus", a ova potiče od druge latinske reči "populus" – narod. "Javno" označava pojavni svet koji svako može svojim čulima opaziti, svet ili prostor koji je otkriven prema našim čulima i sa koga je skinut veo i uklonjen mrak. Reč "javno" dalje znači otvorenost, obznanjenost i opštu pristupačnost, za razliku od (privatne ili tajne) nepristupačnosti, zatvorenosti i skrivenosti.¹ "Mnjenje" je pojam koji u savremenom jeziku gubi pravo građanstva, osim u kontekstu javnog mnjenja. Mnjenje označava neodređenost, neobaveznost i partikularnost stava, za razliku od "mišljenja" koje označava precizno i čvrsto zauzet stav o određenom pitanju. Jürgen Habermas za nastajuću građansku javnost u periodu u kojem je Berk živeo (XVIII i početak XIX veka) kaže da javnu sferu od privatne sfere deli granična linija između države i društva. Pri tome, javna sfera se ograničava na javnu vlast, a u privatnu sferu, autor uvrštava "javnost" u pravom smislu reči – javnost privatnih ljudi. U suočavanju sa promenama funkcije javnosti, Habermas konstatuje tendenciju nestajanja jasnih granica između "javnosti" i privatne sfere, tako da se menja shema prema kojoj je "javnost" bila isključivo javnost privatnih ljudi.² Habermas tome dodaje: "...danas se moraju stvarati povodi za identifikaciju – javnost se mora stvarati, ona više nije data. Altman (Altmann) je našao pravu reč kada je javnost nazvao aktom komunikacije"³.

Za Slobodana Markovića, pojam javnosti u autorskom i srodonpravnom smislu se "mora interpretirati na jedinstven način... pre svega iz razloga koherentnosti sistema autorskopravne zaštite i pravne sigurnosti". S. Marković smatra da nije "moguće dati jednu univerzalnu definiciju javnosti, koja se može nepogrešivo primeniti za svaki konkretan slučaj." Ovaj autor smatra da "u svakom konkretnom slučaju, jedna te ista grupa ljudi čini ili ne čini javnost bez obzira na to da li je reč o problemu objavljivanja dela ili o problemu javnog saopštavanja dela, kao radnje korišćenja dela." "Javnost se", kako kaže S. Marković, "može definisati pomoću tri alternativna kriterijuma: Prema prvom i osnovnom kriterijumu, javnost čini krug ljudi koji nije unapred određen ni po veličini ni po svom sastavu." ... "Prema drugom (pomoćnom) kriterijumu, ukoliko je reč o krugu ljudi koji jeste unapred određen po

¹ Ljubomir Tadić, Ogled o javnosti, Univerzitetska riječ, Nikšić, 1987., str. 13-18

² Jürgen Habermas, Javno mnjenje, Kultura, Beograd, 1969., str. 43

³ Hana Arendt, Istina i laž u politici, Filip Višnjić, Beograd, 1994., str. 32

svom sastavu, smatraće se da on čini javnost, pod uslovom da je brojčano velik.” ...”Prema trećem (pomoćnom) kriterijumu, ukoliko je reč o delima koja su po svojoj prirodi namenjena unapred određenom krugu ljudi, smatraće se da taj krug ljudi (ili reprezentativan ili znatan njegov deo) čini javnost.”¹ Zanimljivo je zapaziti da je S. Marković, iako je u definisanju pojma javnosti, pokušao da na “jedinstven način interpretira pojam javnosti”, ipak pošao od shvatanja Schieflera, za kojeg tvrdi da je teoretičar koji uvodi restriktivno tumačenje pojma javnosti u kontekstu objavljivanja dela, a ekstenzivno tumačenje pojma javnosti u kontekstu imovinskopravnih ovlašćenja.

U svakom slučaju, pojam javnosti u autorskopravnom i srodnopravnom smislu, valja izvoditi pre svega iz funkcije ovih prava – unapređenje kulturnog razvoja zajednice, s jedne strane i unapređenje privrednog razvoja zajednice, s druge strane. U navedenom smislu pojam javnosti u autorskopravnom i srodnopravnom smislu se može tumačiti kako sa stanovišta zaštite imovinskopravnih ovlašćenja imalaca autorskog i srodnih prava, tako i sa stanovišta zaštite imovinskopravnih ovlašćenja korisnika predmeta zaštite ovih prava, a imajući u vidu da se zaštita pruža u opštem interesu, u interesu javnosti. U ovoj tački se dolazi do saznanja o neraskidivoj vezi koja postoji na relaciji: imaoći autorskog i srodnih prava – ovlašćeni korisnici predmeta zaštite autorskog i srodnih prava – javnost tj. publika.

3. KORISNICI PREDMETA ZAŠTITE AUTORSKOG I SRODNIH PRAVA U ODNOSU SA JAVNOŠĆU

Postojanje kaučuk normi u nacionalnim pozitivnim propisima, koje se mogu svakojako savijati u pogledu definisanja pojma korisnika predmeta zaštite autorskog i srodnih prava, predstavlja ne samo pravu misteriju koja na polju primene pojma korisnika izaziva nedoumice u sudskim postupcima oko pitanja da li su utuženi korisnici (bilo da se radi o ovlašćenim korisnicima koji su sa organizacijom za kolektivno ostvarivanje autorskog i srodnih prava zaključili ugovor ili da se radi o neovlašćenim korisnicima) zaista i obveznici i/ili dužnici naknade za korišćenje predmeta zaštite autorskog i srodnih prava, isto je što i hodati po živom pesku.

Naime, paradoks da imovinsko autorsko i srodno pravo ne pravi razliku između privatne i javne sfere u kojoj se nematerijalno dobro iskorišćava, dovodi se do kraja, kada pojam korisnika predstavlja jedan okvir bez ikakve sadržine. Tu leži opasnost od obvezivanja na istovetnu naknadu i onog lica koje vrši radnje iskorišćavanja nematerijalnog dobra u radi njegovog reklamiranja (što se može poistovetiti sa radnjom iskorišćavanja nematerijalnog dobra koju preduzima fizičko lice u privatnoj sferi radi uživanja), kao i onog korisnika koji kao privredni subjekt vrši radnje ekonomskog iskorišćavanja nematerijalnog dobra u javnoj sferi radi ostvarivanja ekonomske dobiti.

U navedenom smislu, pod javnošću se može razumeti samo ona društvena grupa i pojedinci unutar nje koji koriste predmete zaštite autorskog i srodnih prava u privatnoj sferi radi ličnog uživanja - publika. Publika može, zavisno od oblika korišćenja predmeta zaštite, kada je u pitanju iskorišćavanje predmeta zaštite u bestelesnoj formi, biti konkretna grupa pojedinaca kojoj se pružaju odnosne odgovarajuće usluge (muzički koncert, pozorišna predstava, bioskopska predstava, partijski kongres, sindikalni skup, naučni ili stručni kongres, predavanje na fakultetu, izložba slika ili skulptura i sl.) ili apstraktna grupa pojedinaca (pojedinci koji koriste masovne medije komunikacija – npr. Internet). Takođe, publika može, kada je u pitanju iskorišćavanje predmeta zaštite u telesnoj formi stavljanjem primeraka predmeta zaštite u promet, biti konkretna grupa pojedinaca (kojoj su primerci predmeta zaštite dostupni u prodavnici, biblioteci, sajmu itd.) ili apstraktna grupa pojedinaca (kojoj su

¹ Slobodan Marković, Autorsko i srodna prava, Službeni glasnik, Beograd, 1999., str. 154-156

predmeti zaštite dostupni preko npr. Interneta). U autorskopravnom i srodnopravnom smislu broj pojedinaca u konkretnoj grupi (kada je u pitanju iskorišćavanje predmeta zaštite u bestelesnoj formi), kao i sastav grupe, nije od uticaja. Bitno je da se radi o razumnom broju pojedinaca koji su u isto vreme i na istom mestu i to javnom mestu prisutni, upravo radi korišćenja predmeta zaštite u cilju uživanja. Šta se smatra pod razumnim brojem pojedinaca na javnom mestu, svakako nije lako dati odgovor. U svakom slučaju, ne može se generalno definisati pojam razumnog broja, već valja za svaki konkretan slučaj utvrditi da li je na javnom mestu u isto vreme bio prisutan određeni broj pojedinaca, koji broj u svakom slučaju ne može biti zanemarljiv (jedan, dva tri, deset). Kod apstraktne grupe pojedinaca koja se javlja na Internet tržištu, na današnjem stepenu razvoja tehnologije, još uvek se ne može lako, bez većih teškoća, utvrditi niti koliko iznosi brojčanost ove grupe, niti u koje vreme su ovoj grupi postali dostupni predmeti zaštite (u telesnoj i bestelesnoj formi).

Očigledno je da je u vezi sa pojmom "javnost" je i pojam "javno mesto" koji je od značaja za utvrđivanje postojanja javnosti kao konkretne grupe pojedinaca (kada je u pitanju iskorišćavanje predmeta zaštite u bestelesnoj formi). Razume se da se pod javnim mestom podrazumeva svako ono mesto koje nije namenjeno stanovanju i koje može da primi ograničen ili neograničen broj pojedinaca koji se međusobno ne poznaju i koji nisu međusobno povezani nekim određenim pravnim odnosima (ulica, trg, park, koncertna dvorana, pozorište, bioskop, ugostiteljski objekat itd.).

Međutim, pod javnim mestom u autorskopravnom i srodnopravnom smislu ne mogu se smatrati prevozna sredstva i stanice prevoznih sredstava (avion, autobus, voz, aerodrom, autobuska stanica, železnička stanica), prodajni objekti nameštaja ili prehrambenih namirnica ili higijenskih proizvoda, frizerski saloni, objekti obučarskih i drugih zanatskih radnji¹. Ovo iz dva razloga:

prvo, zato što lica koja kao privredni subjekti u navedenim objektima obavljaju svoju delatnost, nisu korisnici predmeta zaštite autorskog i srodnih prava. Ovim licima za obavljanje njihove delatnosti nije nužno iskorišćavanje predmeta zaštite autorskog i srodnih prava. S druge strane, u ovim objektima se predmeti zaštite autorskog i srodnih prava ne iskorišćavaju zato što je to za privredne subjekte kao imaoce tih objekata prijatno i korisno, već zato što njihovi objekti predstavljaju podobna javna mesta na kojima kulturne industrije mogu snažnim marketingom uticati na pojedince da kupuju proizvode kulturnih industrija;

drugo, zato što lica koja su korisnici proizvoda ili usluga koje se nude u navedenim objektima, nisu i korisnici predmeta zaštite koji se u tim objektima javno saopštavaju sa nosača zvuka ili javno saopštavaju emitovanjem preko uređaja za emitovanje. Naime, lica koja koriste prevozna sredstva imaju primarni cilj da se prevezu iz jednog u drugo mesto, lica koja koriste prodajne objekte imaju primarni cilj da u tim prodajnim objektima kupe određeni proizvod, lica koja koriste frizerski salon imaju primarni cilj da nameste svoju frizuru, lica koja koriste usluge u objektima obučarske ili druge zanatske radnje imaju primarni cilj da im usluga iz oblasti delatnosti radnje bude pružena što kvalitetnije. Prema tome, na ovim javnim mestima pojavljuju se pojedinci čiji cilj nije da koriste predmete zaštite autorskog i srodnih prava, jer takve predmete zaštite možda u privatnoj sferi nikad ne bi koristili. Zato takvi pojedinci ne ulaze u krug društvenih grupa koje mogu imati svojstvo publike u navedenim objektima.

Odsustvo publike na javnim mestima na kojima se javno saopštavaju predmeti zaštite sa nosača zvuka ili emitovanjem, ukazuje da se na tim javnim mestima ne vrši privredno iskorišćavanje predmeta zaštite autorskog i srodnih prava (izostao je komercijalni, lukrativni cilj), osim ako subjekti koji na navedenim javnim mestima obavljaju privrednu delatnost, u

¹ Član 171. stav 1. Zakona o autorskom i srodnim pravima Republičke Srbije iz 2009. godine

cenu svojih proizvoda ili usluga, nisu ugradili i cenu naknade za iskorišćavanje predmeta zaštite, što se u svakom konkretnom slučaju mora utvrditi (a što je malo verovatno obzirom na propisivanje cena određenih proizvoda i određenih usluga). Na napred navedenim javnim mestima radnja javnog saopštavanja predmeta zaštite autorskog i srodnih prava sa nosača zvuka ili emitovanje predmeta zaštite autorskog i srodnih prava preko uređaja za emitovanje, ne predstavlja radnju u autorskom i srodnopravnom smislu i to zbog odsustva publike. Zato se sa pravom može reći da se na ovim javnim mestima javno saopštavanje/emitovanje predmeta zaštite autorskog i srodnih prava, vrši u cilju njihovog reklamiranja kako bi postali predmet konzumiranja od strane javnosti – publike.

U svakom slučaju pod pojmom javnosti u autorskopravnom i srodnopravnom smislu može se podrazumevati publika koja u cilju zadovoljenja svojih kulturnih potreba koristi predmete zaštite na javnom mestu. Kada privredni subjekti na javnom mestu preduzimaju radnju javnog saopštavanja predmeta zaštite sa nosača zvuka ili emitovanjem preko uređaja za emitovanje, ta radnja se neće smatrati radnjom u autorskopravnom i srodnopravnom smislu ako je evidentno odsustvo javnosti koja ima svojstvo publike sa imanentnim ciljem uživanja u predmetu zaštite. Dakle, jedan od uslova ostvarivanja autorskog i srodnih prava kada je u pitanju iskorišćavanje predmeta zaštite u bestelesnoj formi, jeste i postojanje javnosti – publike koja na javnom mestu koristi predmete zaštite u privatnoj sferi radi uživanja.

S druge strane, u autorskopravnom i srodnopravnom smislu zakonodavci evropskih država propisuju slučajeve suspenzije isključivih imovinskopravnih ovlašćenja nosilaca prava i njihovih prava na naknadu, kao i slučajeve zakonske licence (o čemu je bilo reči u prvom delu ovog rada). Ovde se mora naglasiti da, iz propisivanja ograničenja autorskog i srodnih prava, proizlazi da se pojedine društvene grupe u čiju korist su propisane suspenzije i zakonske licence, ne smatraju javnošću, što je potpuno nelogično. Za razliku od zakonodavstava evropskih zemalja, američka pravna praksa i teorija (autorsko pravo u SAD), umesto precizne zakonske formulacije ograničenja autorskog prava, operišu “doktrinom o fer korišćenju dela” (fair use doctrine). Ova doktrina je nastala u sudskoj praksi pre oko dva veka, a danas je izražena u Zakonu.¹ Suština američkog zakonskog rešenja je u tome da fer korišćenje autorskog dela nije povreda autorskog prava, s tim da se za ocenu da li je konkretni oblik korišćenja dela fer ili nije uzimaju sledeći kriterijumi: (1) svrha i priroda korišćenja, uključujući i to da li je korišćenje komercijalne prirode ili je za neprofitne svrhe, (2) priroda autorskog dela, (3) veličina i značaj korišćenih fragmenata dela u odnosu na delo kao celinu, (4) posledice koje korišćenje ima na potencijalno tržište ili na vrednost autorskog dela. Doktrina o fer korišćenju dela ima takav domašaj da se na temelju nje bez problema mogu odrediti pojam javnosti u napred navedenom smislu, kao i pojam korisnika predmeta zaštite.

Ako hoćemo da pozitivno pravo bude pravedno i sigurno, definisanje pojma javnosti i pojma korisnika predmeta zaštite autorskog i srodnih prava jeste uslov da u sistemu kolektivnog ostvarivanja autorskog i srodnih prava, kolektivna organizacija u svoje ime i za račun imalaca subjektivnog autorskog i srodnih prava ostvari pravo na naknadu u kompoziciji pravde, a ne pravo na naknadu u postupku nasilja nad onima koji nematerijalno dobro iskorišćavaju radi njegovog reklamiranja ili radi ličnog uživanja. U navedenoj tački jeste prostor vladavine prava kao kulturne pojave koja podrazumeva odsustvo prava kao nasilja jednih nad drugima tj. odsustvo antiprava.

4. ISKORIŠĆAVANJE PREDMETA ZAŠTITE AUTORSKOG I SRODNIH PRAVA

Autorsko pravo omogućava svom imaoču – autoru kao vlasniku sopstvenog dela da spreči druga lica da ekonomski koriste njegovo delo ili im dozvoli da ekonomski koriste

¹ Copyright Law of the United States of Amerika (june 2003.)

njegovo delo i traži ekonomsku naknadu za korišćenje dela. To znači da je autor ovlašćen da na isključiv način ekonomski koristi svoje delo, a što u krajnjoj liniji znači da autor sme da npr. izda svoje književno delo, izvodi svoje muzičko delo, emituje na TV-u svoje filmsko delo itd. Međutim, u stvarnosti autori ne čine ove radnje iskorišćavanja sopstvenog dela obzirom da nemaju potrebne organizacione, tehničke i finansijske mogućnosti. Zato autori prepuštaju ekonomsko iskorišćavanje svojih dela drugim licima koja su specijalizovana za to, kao što su izdavači, koncertne agencije, filmski distributeri i TV stanice, galerije. Navedena lica su zapravo korisnici autorskih dela, pri čemu je zanimljivo zapaziti da autorsko pravo u društvenoj podeli rada ustanovljava dve profesije, profesiju autora i profesiju korisnika autorskog dela. Dakle, u stvarnosti autor, iako ima isključivo pravo na korišćenje dela, ne koristi svoje delo, već koristi svoje pravo na korišćenje dela, tako što to pravo putem autorskog ugovora ustupa korisniku tražeći od njega naknadu za korišćenje dela. U ekonomskom smislu autorsko pravo zapravo omogućava autoru ubiranje autorskih honorara – naknade od ovlašćenog korisnika dela.

Ovlašćeni korisnik koji koristi autorsko delo, obavljanjem svoje delatnosti pretvara autorsko delo kao nematerijalno dobro u materijalno dobro – robu ili uslugu. Korisnik koji koristi autorsko delo u telesnoj formi, zapravo stavlja delo u promet i to: umnožava delo (knjige, ploče, kasete sa muzikom, kasete sa filmom itd), stavlja primerke dela u promet, daje primerke dela u zakup ili poslugu. Korisnik koji koristi autorsko delo u bestelesnoj formi, zapravo pruža usluge i to: javno saopštava delo na scenski ili nescenski način, javno saopštava delo prenošenjem izvođenja ili predstavljanja dela, emituje delo, javno saopštava delo koje se emituje, javno saopštava delo sa nosača zvuka ili slike. Autor je ovlašćujući korisnika da ekonomski iskorišćava autorsko delo, obezbedio korisniku zaštićen pravno-ekonomski položaj u odnosu na druge korisnike. Zaključujući sa autorom ili kolektivnom organizacijom (u zavisnosti od toga da li je u pitanju individualno ili kolektivno ostvarivanje autorskog prava) ugovor o korišćenju autorskog dela – autorski ugovor, korisnik je postao imalac jednog ili svih izvedenih (derivativnih) apsolutnih imovinskopravnih ovlašćenja. U navedenom smislu, druga lica su sprečena u korišćenju iste vrste imovinskih prava na istom delu na istom tržištu, čime se eliminiše ili bitno ograničava konkurencija drugih lica. Zato su ovlašćeni korisnici autorskih dela vrlo zainteresovani za ustanovljavanje efikasne autorskopravne zaštite. Dakle, ovlašćeni korisnici su za autorskopravnu zaštitu zainteresovani isključivo radi zaštite svojih ekonomskih interesa.

Neovlašćeni korisnik autorskog dela je lice koje je zainteresovano za pojedine oblike korišćenja autorskog dela, ali nije od autora pribavilo ovlašćenje za korišćenje. Neovlašćeno korišćenje autorskih dela je pojava koja se danas popularno naziva piraterija. Neovlašćeni korisnici autorskih dela, u pravnom smislu ne mogu biti konkurenti ovlašćenim korisnicima, ali faktički neovlašćenim korišćenjem autorskih dela, čine zapravo konkurenciju ovlašćenim korisnicima obzirom da piratske primerke dela prodaju po manjoj ceni, nego što to čine ovlašćeni korisnici. Piraterija je po svojoj pravnoj prirodi vid nedopuštene (protivzakonite) konkurencije koja nastaje povredom autorskog prava. Međutim, čak i pirati su zainteresovani za postojanje autorskopravne zaštite jer svoj konkurentski položaj zasnivaju na razlici u ceni po kojoj se prodaju tzv. legalni primerci autorskih dela, s jedne strane i piratski – nelegalni primerci autorskog dela, s druge strane obzirom da sistem autorskopravne zaštite ovlašćenim korisnicima nameće obavezu plaćanja autorskog honorara što uvećava troškove legalne proizvodnje i time i finalnu cenu primerka dela na tržištu. Osim toga, sistemom autorskopravne zaštite se štiti konkurentski položaj u pogledu korišćenja drugog autorskog dela za koje su pirati od autora pribavili ili će pribaviti odgovarajuće ovlašćenje. Dakle, neovlašćeni korisnici su za autorskopravnu zaštitu zainteresovani isključivo radi zaštite svojih ekonomskih interesa.

Autor stvara delo da bi komunicirao sa javnošću tj. publikom u napred navedenom autorskopravnom smislu. Da bi se komunikacija sa publikom ostvarila potrebno je da se preduzme čitav niz operacija i da postoji odnos razmene između autora i ovlašćenog korisnika autorskog dela. Publika nije subjekt pravnog odnosa razmene sa autorom, a jer autor ulazi u odnos razmene sa ovlašćenim korisnikom sa kojim zaključuje autorski ugovor i od kojeg potražuje naknadu. Sa publikom u odnos razmene ulazi ovlašćeni korisnik tako što joj prodaje knjige, ploče, kasete itd. ili pruža usluge tako što autorsko delo izvodi, predstavlja, emituje itd. i za to naplaćuje cenu odnosno naknadu od publike. U ekonomskom smislu publika je sa autorom u posrednom odnosu razmene, jer plaćajući cenu knjige, ulaznice za koncert, ploče, kasete itd. finansira autorsku naknadu. Publika oličava javnost u najširem smislu reči i za nju je vezan javni interes da se sistemom autorskopravne zaštite, ekonomski obezbedi profesija autorskog stvaraoaca i na taj način pruži podrška autorskom stvaralaštvu kao temelju kulture.

Odnos autora i ovlašćenog korisnika, odnos autora i publike, kao i odnos publike i ovlašćenog korisnika, objašnjava se preko primarnog i sekundarnog tržišta. Primarno tržište robe i usluga ne prihvata autorsko delo kao nematerijalno delo i isto ne može biti predmet razmene na primarnom tržištu obzirom da se na istom razmenjuju samo materijalizovani rezultati ljudskog rada kao što su roba i usluge. Ako jedno lice posredstvom primarnog tržišta želi da zadovolji svoju potrebu za komunikacijom sa autorom tako što će uživati u autorskom delu, mora da pribavi primerak dela ili da bude korisnik usluge javnog saopštavanja dela. Ponuđači primeraka dela ili usluge javnog saopštavanja dela, su zapravo korisnici dela koji sa svojom robom i uslugama izlaze na primarno tržište na kojem ostvaruju prihod. Na sekundarnom tržištu autor ulazi u odnos razmene sa korisnikom autorskog dela tako što je autor ponuđač, a vrednost njegove ponude pravo na korišćenje autorskog dela. Na strani korisnika je tražnja za autorskim delom. Dakle, ponuda autora i tražnja korisnika sačinjavaju sekundarno tržište na kojem se trguje pravima na proizvodnju robe i pružanje usluga, a ne samom robom i uslugama. Primarno i sekundarno tržište su međusobno uslovljena. Tako ekonomska valorizacija prava na korišćenje dela na sekundarnom tržištu, zavisi od ekonomske valorizacije korišćenja dela na primarnom tržištu.

Srodna prava za svoj predmet imaju po pravilu rezultat radnji usmerenih isključivo na ekonomsko iskorišćavanje određenog nematerijalnog dobra, najčešće autorskog dela. Tako npr. izvođenje muzičkog dela jeste radnja korišćenja tog dela, ali istovremeno rezultira nastankom interpretacije kao posebne duhovne tvorevine za koju se vezuju prava interpretatora kao srodna prava; proizvodnja gramofonske ploče je radnja korišćenja muzičkog dela i njegove interpretacije, ali istovremeno rezultira nastankom posebnog nematerijalnog dobra – fonograma; emitovanje muzike sa gramofonske ploče je radnja korišćenja muzičkog dela, interpretacije i fonograma, ali istovremeno rezultira nastankom posebnog nematerijalnog dobra – emisije itd.

Dakle, subjekti srodnih prava su istovremeno korisnici autorskog dela i subjekti izvornog srodnog prava koje za predmet zaštite ima posebno nematerijalno dobro nastalo kao rezultat korišćenja autorskog dela. Kao i autorsko delo, tako je i predmet srodnopravne zaštite podoban za ekonomsko iskorišćavanje. Interpretacija može biti uživo izvedena ili snimljena pa pretvorena u proizvod kao što je ploča, kaset, video kaset, CD i sl.; fonogram može biti umnožen na nosaču zvuka i pretvoren u proizvod ili može biti emitovan što važi i za videogram; emisija može biti reemitovana ili snimljena pa emitovana ili umnožena na nosaču zvuka i/ili slike itd. Ako je predmet srodnopravne zaštite nastao kao rezultat korišćenja autorskog dela, onda svaki oblik ekonomskog korišćenja predmeta srodnopravne zaštite jeste istovremeno i oblik korišćenja autorskog dela. Dakle, kad je subjekt srodnog prava ovlašćeni korisnik autorskog dela, imovinskopravna ovlašćenja koja je pribavio od autora štite ga od konkurencije. Zaštita od konkurencije je ograničena samo na isti oblik korišćenja dela što

zavisi od toga da li je subjekt srodnog prava od autora pribavio isključivo (apsolutno) ili neisključivo (relativno) ovlašćenje. Ako je npr. proizvođač fonograma pribavio od autora isključivo ovlašćenje da snimi njegovo muzičko delo i da nosač zvuka sa umnoženim snimkom stavi u promet, on je zaštićen od drugih lica kao konkurenata tako što niko drugi na istom tržištu u isto vreme ne sme da proizvede isto delo - snimak i na nosaču zvuka stavi ga u promet. Međutim, iako je proizvođač fonograma pribavio isključivo imovinsko ovlašćenje od autora, ne bi mogao da se zaštiti od konkurencije u slučaju kad bi neko drugi hteo da koristi isto muzičko delo na drugi način – emitovanjem, jer tada o emitovanju dela odlučuje autor izuzev u slučaju ako se emitovanje dela vrši sa fonograma proizvođača fonograma. U tom slučaju, emisiono preduzeće je korisnik i autorskog dela i fonograma koji se emituje, pa je dužno proizvođaču fonograma platiti naknadu za emitovanje fonograma. To znači da je primarni razlog postojanja izvornog srodnog prava da deluje u cilju zaštite ekonomskog interesa svog nosioca u slučaju kad mu izvedena (derivativna) imovinskopravna ovlašćenja pribavljena od autora ne pružaju zaštitu odnosno dovoljnu zaštitu. U slučaju da predmet srodonpravne zaštite nastane u procesu korišćenja autorskog dela za koje je istekao rok zaštite ili da predmet srodonpravne zaštite uopšte nije autorsko delo, jedini instrument zaštite jeste srodno pravo. U svakom slučaju kada se u istom subjektu stiču i izvedena (derivativna) imovinskopravna ovlašćenja pribavljena od autora i izvorno (originarno) srodno pravo, srodno pravo je uvek ono pravo koje olakšava svom imaoču da se aktivno legitimiše pre kao imalac izvornog prava, nego kao imalac izvedenog prava.

Korisnici predmeta srodonpravne zaštite su specifični u tom smislu da se u subjektu srodnog prava stiče i svojstvo korisnika. Korisnik interpretacije je npr. proizvođač fonograma i emisiono preduzeće; korisnici fonograma i videograma su drugi proizvođači fonograma i videograma i emisiono preduzeće; korisnici emisije su druga emisiona preduzeća – stanice, proizvođači fonograma i videograma; korisnici baze podataka su izdavači softvera itd. Dakle, subjekti srodnih prava kao proizvođači su i neposredni korisnici predmeta srodonpravne zaštite na taj način što ih materijalizuju u robu ili uslugu i iznose na primarno tržište. Na sekundarnom tržištu se vrši promet prava na korišćenje predmeta srodonpravne zaštite, tako da ekonomska valorizacija prava na korišćenje predmeta srodonpravne zaštite na sekundarnom tržištu, zavisi od ekonomske valorizacije korišćenja predmeta srodonpravne zaštite na primarnom tržištu.

Ostvarivanje autorskog i srodnih prava sa ekonomskog aspekta podrazumeva jedan proces koji rezultira "aktivnostima i industrijama čija je osnovna snaga ukorenjena u zaštiti njihovih primarnih proizvoda i usluga kroz autorsko i srodna prava, koje se često nazivaju kulturnim industrijama".¹ Industrije koje uključuju poslove povezane sa autorskim i srodnim pravima su logično podeljene u sledeće: muzička industrija, audiovizuelna industrija, izdavačka industrija, industrija računarskog softvera, industrija interaktivnih igara. Ovakvo grupisanje industrija odgovara različitim kategorijama autorskih i srodnih prava kojima se štite imaoči prava, ali što je važnije takvim grupisanjem je odraženo stvarno stanje stvari da su izvesne delatnosti i proizvodi povezani sa svojevrsnim industrijskim praksama i određenim proizvodima i uslugama. Dovoljno je razmotriti primer muzičke industrije da bi se razumelo koliko utiče ne samo na razvoj kulture jedne nacionalne zajednice, već i na rast nacionalnog dohotka.

Muzička industrija je globalno gledajući najpristupačnija i najrasprostranjenija od svih industrija autorskih i srodnih prava, a pojavljuje se kao važan element i u drugim medijima kao što su pokretne slike, video i interaktivni softverski proizvodi, zaslužna je za uspeh

¹ Shahid Alikhan, Socio-Economic Benefits og Intellectual Property Protection in Developing Countries, Geneva: WIPO, 2000., page 1-3

televizije i glavni je proizvod koji nudi radio. Muzička privreda je široko rasprostranjena i iako ne svuda podjednako, unosan je i kulturni posao. Poslovni model muzičke industrije počinje muzičkom kompozicijom ili grupisanjem muzičkih kompozicija u muzički katalog. Da bi se muzički katalozi sačuvali, koristili i komercijalizovali osnovane su muzičke izdavačke kuće. Muzički katalozi se svakog dana prodaju i kupuju, njihova vrednost se procenjuje na osnovu prihoda ostvarenog u prošlosti, kao i na osnovu budućih prihoda. Ta vrednost se doslovno preko noći može izmeniti samo jednim hitom umetnika ili grupe. Primer za to je "Makarena" svetski hit španske grupe Los Del Rios, prodat u milionima primeraka, koji je izmenio status kataloga ove grupe od zanemarljivog do finansijski veoma značajnog.¹ Najvidljiviji deo globalnog muzičkog poslovnog modela dolazi nakon snimanja muzičke kompozicije, a to je distribucija. Distribucijom snimljene muzike vlada pet multinacionalnih kompanija čiji se interesi šire i na mnoge oblasti, proizvode i usluge koje nemaju veze sa muzikom, a to su: AOL/Time-Warner, Sony, Bertelsman, EMI i Vivendi Universal.² Iako se procene o raspodeli udela u tržištu između ovih pet kompanija ponešto razlikuju, iako nezavisni muzički producenti (proizvođači) postoje u mnogim zemljama sveta, ipak navedenih pet kompanija nadgledaju oko 80 procenata ukupne prodaje snimljene muzike.³ Globalna muzička privreda se podstiče snažnim marketingom tako što se mogući kupci muzičkih snimaka svakodnevno bombarduju muzikom na raznim mestima: na radiju, televiziji, u prodavnicama, restoranima, železničkim i autobuskim stanicama, aerodromima itd. Najveće kompanije za snimanje troše milione dolara na promociju ne samo novih umetnika već i onih koji su dobro poznati. Ovako široko promovisanje se ne bi dogodilo kad ne bi bilo izvesnosti da će, ukoliko se pojavi finansijska dobit, oni koji su se stvaralački i finansijski angažovali na projektu, biti prvi u redu kod vraćanja uložених sredstava i nagrađivanja za uložene napore.

5. ZAKLJUČAK

Ako bi hteli da budemo akademski ispravni u onome što razumemo i znamo da je istina, shvatanje koje preovladava u srpskoj pravnoj teoriji o pojmu korisnika predmeta zaštite autorskog i srodnih prava i o pojmu javnosti u autorskom i srodnopravnom smislu, jednostavno nije utemeljeno na istini. Ovo shvatanje kao simulacija ili negacija bilo kakve poruke, politički motivisano dodvoravanjem angloameričkom korporacijskom establišmentu zarad postizanja nekih plitkih, kratkoročnih i javnosti nepoznatih ciljeva, svoje pravo značenje dobija u oblikovanju lakog načina za ostvarenje ekonomskog interesa angloameričkih kulturnih industrija.

Da se podsetimo, obavljanjem svoje delatnosti ovlašćeni korisnik pretvara autorsko delo kao nematerijalno dobro u materijalno dobro tj. robu ili uslugu odnosno korisnik koji koristi autorsko delo u telesnoj formi stavlja delo u promet umnožavanjem ili davanjem primeraka dela u zakup ili na poslugu, a korisnik koji koristi autorsko delo u bestelesnoj formi pruža usluge kao što su: usluga javnog saopštavanja dela na scenski ili nescenski način, usluga javnog saopštavanja dela prenošenjem izvođenja ili predstavljanja dela, usluga emitovanja dela, usluga javnog saopštavanja dela koje se emituje, usluga javnog saopštavanja dela sa nosača zvuka ili slike. Subjekti srodnih prava su istovremeno i korisnici autorskog dela i subjekti izvornog srodnog prava koje za predmet zaštite ima posebno nematerijalno dobro nastalo kao rezultat korišćenja autorskog dela i zato su subjekti srodnih prava kao korisnici predmeta zaštite autorskog i srodnih prava, isključivo privredni subjekti. Za razliku od

¹ <http://www.geocities.com>

² <http://www.acusd.edu/gen/recording>

³ <http://www.duke.edu>; www.lfpi.org – statistika

subjekata srodnog prava, subjekti autorskog prava kao korisnici autorskih dela, mogu i ne moraju biti privredni subjekti, ali ono što im je uvek i isključivo imanentno jeste cilj da ekonomskim korišćenjem predmeta zaštite autorskog prava ostvare ekonomski prihod. Dakle, korisnici predmeta zaštite autorskog i srodnih prava su subjekti/privredni subjekti koji korišćenjem ovih prava stižu ekonomske prihode i u tom smislu su istovremeno i jedini obveznici naknade za korišćenje predmeta zaštite i to one naknade koju organizacije za kolektivno ostvarivanje autorskog i srodnih prava mogu sakupljati u vidu ugovorene naknade od ovlašćenih korisnika ili u vidu naknade štete od neovlašćenih korisnika i to prema jednim mogućim i pravičnim kriterijumima koji se odnose na vrstu, način, trajanje i obim korišćenja predmeta zaštite i prihod ostvaren korišćenjem predmeta zaštite.

Prema tome, korisnici predmeta zaštite i u tom smislu obveznici naknade za korišćenje predmeta zaštite koju sakupljaju organizacije za kolektivno ostvarivanje autorskog i srodnih prava, ne mogu biti: (1) pojedinci koji koriste predmete zaštite autorskog i srodnih prava u privatnoj sferi radi ličnog uživanja zbog ostvarenja potrebe za prijatnošću u sopstvenim domovima i to zato što pripadaju onoj društvenoj grupi javnosti koja ima svojstvo publike, koja sa subjektima autorskog i srodnih prava ulazi u pravni odnos razmene na sekundarnom tržištu robe i usluga i to na posredan način preko ovlašćenog korisnika, tako što plaća cenu primerka knjige ili cenu fonograma ili cenu ulaznice za koncert ili cenu emitovanja radio ili TV programa ili cenu tehničkih uređaja uz pomoć kojih se može čuti/videti navedeni predmet zaštite i zato što korišćenjem predmeta zaštite ne ostvaruju prihod; (2) privredni subjekti koji koriste predmete zaštite autorskog i srodnih prava u javnoj sferi u sopstvenim poslovnim objektima (kao što su prevozna sredstva, trgovinski i zanatski objekti i objekti u kojima se pružaju medicinske usluge) u cilju da s jedne strane, korisnicima svojih usluga obezbede prijatnost i s druge strane, da održe trend u reklamiranju popularnosti određenih predmeta zaštite autorskog i srodnih prava koje sprovode kulturne industrije, a zato što ovi privredni subjekti pripadaju onoj društvenoj grupi javnosti koja ima svojstvo publike, koja sa subjektima autorskog i srodnih prava ulazi u pravni odnos razmene na sekundarnom tržištu robe i to na posredan način preko ovlašćenog korisnika, tako što plaća cenu fonograma ili cenu videograma ili cenu emitovanja radio ili TV programa ili cenu tehničkih uređaja uz pomoć kojih se može čuti/videti navedeni predmet zaštite i zato što korišćenjem predmeta zaštite ne ostvaruju prihod, pri čemu se mora imati u vidu da korisnici usluga u poslovnim objektima ovih privrednih subjekata ne pripadaju onoj društvenoj grupi koja ima svojstvo publike, a najčešće se može konstatovati da takvi korisnici usluga uopšte i ne čine grupu.

LITETRATURA:

1. Hegel, Osnovne crte filozofije prava, Sarajevo, 1989.;
2. Ljubomir Tadić, Oglad o javnosti, Univerzitetska riječ, Nikšić, 1987.;
3. Jirgen Habermas, Javno mnjenje, Kultura, Beograd, 1969.;
4. Hana Arendt, Istina i laž u politici, Filip Višnjić, Beograd, 1994.;
5. Slobodan Marković, Autorsko i srodna prava, Službeni glasnik, Beograd, 1999.;
6. Shahid Alikhan, Socio-Economic Benefits og Intellectual Property Protection in Developing Countries, Geneva: WIPO, 2000.

NACIONALNI PROPISI:

1. Zakon o autorskom i srodnim pravima, „Službeni list SCG“ br. 61/2004;

2. Zakon o autorskom i srodnim pravima Republike Srbije, „Službeni glasnik RS“ br. 104/2009
3. Copyright Law of the United States of Amerika (june 2003.)

OSTALI IZVORI:

1. Kurir, „Glumci u čudu“ – Filmske i pozorišne zvezde od Kurira saznale da njihova prava štiti organizacija
Pragus i da za to naplaćuje novac od kablovskih operatera; Pragus: Novac još ne isplaćujemo jer nismo pokrili troškove, 22. decembar 2009. Godine
2. <http://www.geocities.com>
3. <http://www.acusd.edu/gen/recording>
4. <http://www.duke.edu>; [www. Ifpi.org](http://www.ifpi.org) – statistika