

АВТОРСКИ ПРАВА В МЕДИИТЕ – ЛУКС НА ПРАГА НА НОВА КУЛТУРА

Евелина Здравкова-Величкова

Университет по библиотекознание и информационни технологии

Резюме: Във времето, в което медиите са неразделна част от ежедневието ни, журналистическият труд става все по-ценен. Журналистическото произведение като обект на интелектуална собственост е интелектуален продукт, но не е достатъчно защитен дори от самите автори в медиите. Настоящият доклад представя казуси, които регистрират отношението на журналистите към практическото приложение на авторскоправната политика в медиите, в които работят. Резултатите са от проведена анкета, която проучва авторскоправната политика в медиите и как самите журналисти отстояват правото си на интелектуална собственост върху своите произведения. Анкетната карта включва въпроси от реалната практика на журналистите. В изследването се коментират различни ситуации от ежедневието на действащите журналисти. Налага се тенденцията да се смесва редакционно съдържание с рекламни послания, което застрашава редакционната независимост. Като път към нова медийна култура, тя е ангажирана да открие инструментите, които защитават професионалните стандарти и интелектуалните аспекти на цялата медийна индустрия на XXI век.

Ключови думи: медии; авторско право; интелектуална собственост; журналистика.

Живеем във време, в което медиите са неразделна част от ежедневието ни. Журналистическото произведение в тях е уникално по своята форма на представяне и като пазарна реализация. И като плод на творческа дейност и интелектуално усилие на авторите то е интелектуален продукт. Каква е интелектуалноправната компетентност на работещите в медиите? – това е обект на емпирично изследване, което цели да установи, анализира и обобщи доколко респондентите – журналистите, работещи и практикуващи свободна професия, и студентите по журналистика – са запознати с въпросите на авторското право, пряко отнасящи се до медиите –

които ръководят или работят в тях – и предоставяните от тях услуги на потребителите, както и доколко са запознати с въпросите на авторското право от лекционните курсове в университета, от практиката, както и какво е отношението им към проблемите на закрилата на авторското право в интернет. Целева група на анкетното проучване „Интелектуалноправна компетентност на работещите в медиите“ са предпочетени действащите журналисти, репортери, фоторепортери, мениджъри, колумнисти, публицисти, главни редактори на медии в България и такива в български издания в чужбина. В извадката са включени журналисти от всички видове медии (национални и регионални; частни и обществени; всекидневници, седмичници, списания, радио- и телевизионни канали, информационни сайтове и агенции), национални и регионални частни и обществени всекидневници, списания, радио- и телевизионни канали, седмичници, информационни сайтове и агенции – с цел представяне в пълнота на всички с национално и регионално значение и други, неработещи в момента или работещи в двата вида медии.

Изложение

Настоящият доклад представя казуси, които регистрират отношението на журналистите към практическото приложение на авторскоправната политика в институциите, в които работят – медиите. Резултатите са от проведена анкета, която проучва авторскоправната политика в медиите, каква е практиката на прилагане на съществуващата нормативна база, как самите журналисти отстояват правото си на интелектуална собственост върху своите произведения в реалната практика. Изследването е проведено в периода 28 април – 26 юни 2018 г. за нуждите на дисертационен труд „Интелектуалноправни аспекти в медийната индустрия“. Покана за участие в анкетата е отправена до 800 респонденти. 202 анкети са коректно попълнени – т.е. 25% от респондентите са отговорили на анкетното проучване, което е показателно за интереса на журналистите към изследваната проблематика. Генералната съвкупност от 202-ма ефективно

анкетирани пълнолетни български граждани (работещи в медии или на свободна практика) прави извадката представителна за територията на страната. Участват журналисти от всички видове медии (национални и регионални; частни и обществени; всекидневници, седмичници, списания, радио- и телевизионни канали, информационни сайтове и агенции), национални и регионални частни и обществени всекидневници, списания, радио- и телевизионни канали седмичници, информационни сайтове и агенции – с цел представяне в пълнота на всички с национално и регионално значение и други, неработещи в момента или работещи в двата вида медии. Обобщено извадката обхваща 60 респонденти от столицата – 30%, 128 от регионални центрове – 64%, 11 от градове с население до 60 000 души – 5%, и 2 от села – 1%. Този резултат показва разнообразната палитра от респонденти, защото почти половината медии в България са концентрирани в столицата, а цели райони в страната имат по един-единствен вестник, някъде – две медии.

В изследването се коментират шест ситуации – „Изтегляне на журналистически материали от интернет, без да се знае дали те са с авторски права“, „Изтегляне на графичен материал, част от журналистически материал, без да се заплаща такса“, „Изтегляне на част от журналистически материал, като се заплаща такса“, „Прехвърляне на файл, защитен с авторски права, чрез e-mail, Skype, Facebook, Messenger и др.“, „Записване на CD с материали с авторски права“. Разглеждат се като реални случаи от ежедневната практика на действащите журналисти.

53% от респондентите във всяка от ситуацията посочват, че са правили подобни действия и са изпадали в такива ситуации. 7–8% не знаят, а 4–5% не са се замисляли. В таблица 1 са отразени отговорите на респондентите, като 1 съответства на „да“, 2 – на „не“, а 3 – на „не знам“, и 4 – на „не съм се замислял“. От изнесените резултати може да бъде направен изводът, че анкетираните често теглят и използват журналистически материали от интернет пространството, без да се информират дали те са с авторски права, или не – 53,5%, което е повече от половината специалисти; 35% не го правят, но 7% не знаят, а 4% въобще не се замислят върху този въпрос. Този факт би

следвало да бъде използван като много силен мотив за подготовката на специалисти, които да отговарят за приложението на авторскоправна политика в дейността на съответната медия или да се изиявяват като консултанти при възникващи въпроси. Защото журналистическият труд като плод на творческия потенциал на авторите е обект на интелектуална собственост. Процентът респонденти, които не са се замисляли по темата, илюстрира недвусмислено тенденциите в медиите: взаимно копиране, въпреки че на практика това води до еднаквост на отделните издания; обмен на съдържание със социалните медии като рецепта за успех в битката за читатели с всякакви интереси/от всякаква таргет група, защото така се генерира „рейтинг“. И никой не се замисля за унификацията на стиловете, сюжетите, подходите, щетите за медийното разнообразие и избор на потребителите по отношение на послания, констатации, изводи. Причина за това е влошената колегиална среда, нездравословната конкуренция, разпарцалосаната ресорна журналистика, незадълбочената работа и отсъствието на полезни специализации.

Таблица 1. Случвало ли Ви се е да направите някои от следните неща?

Въпроси		1		2		3		4	
		бр.	%	бр.	%	бр.	%	бр.	%
Споделете Вашето мнение относно следните	Изтегляне на журналистически материали от интернет пространството, без да знаете дали те са с авторски права	108	54	71	35	15	7	9	4
	Изтегляне на графичен материал, част от журналистически материал, без да заплащате такса	101	52	75	37	17	8	9	4
	Изтегляне на част от журналистически материал, като заплатите такса	38	19	154	76	8	4	1	1
	Прехвърляне на файл, защитен с авторски права, чрез e-mail, Skype, Facebook, Messenger и др.	52	26	114	56	30	15	6	3
	Записване на CD, съдържащо материали с авторски права	50	25	128	63	15	7	7	3
	Използвали ли сте чужд журналистически материал за написването на своя статия	83	41	108	53	5	3	5	3

Фактът, че една четвърт от респондентите ползва Фейсбук в работата си, потвърждава тенденцията, че с всеки изминал ден социалната мрежа се слива с медийния пейзаж. А по време на кризата, създадена от извънредното положение заради коронавируса COVID-19, Фейсбук се утвърди като канал с интересно съдържание за публиката, лесен източник на медийно съдържание, даже незаменим. Журналистите, когато не търсят новина навън, я откриват в мрежата, доработват я, допълват я с репортажи от мястото на събитията, анализи, интервюта, коментари до пълнокръвна разработка. И така този начин на създаване и функциониране на съвременните медии се превръща в правило и практика. Читателите вече са споделили първоначалната информация и информацията за конкретния случай вече е достигнала до хиляди потребители. Журналистите, редакторите и продуцентите като потребители на социалната мрежа и чрез личните си профили консумират и разпространяват темите, с което допринасят за публичността на актуалните теми от дневния ред на обществото и за генериране на трафик към медиите, за които работят.

На въпрос **„Създавали ли сте журналистически материали – произведения по поръчка, по трудово правоотношение?“** 55% от респондентите (111) отговарят „Да, създавал съм“; 11% (22) – „Да, но не по трудово правоотношение“; 4% (8) – „Да, без договор“ и 30% (61) „Не, не съм създавал“ (фиг. 1). Прави впечатление, че 42% (85) от всички респонденти никога не са получавали хонорари за авторски права, 1% (29) – редовно, 17% (34) – никога, 8% (16) – рядко, 8% (16) – почти никога, 7% (14) – често, 4% (8) – много често (фиг. 2 към въпрос: „Случвало ли се е институцията, в която работите, да Ви изплаща хонорари за авторски права?“).



Фиг. 1. Разпределение на анкетираните лица според броя създадени журналистически материали по поръчка

На въпрос „**На какъв период се случва институцията, в която работите, да Ви изплаща хонорари за авторски права?**“ 30% (61) получават хонорари за авторски права всеки месец, 45% (91) – веднъж годишно, 10% (20) – на тримесечие, 7% (14) – на шестмесечие, 5% (10) – ежедневно и 3% (6) – ежеседмично.



Фиг. 2. Разпределение на анкетираните лица относно изплащане хонорар за авторски права

Отговорите на въпрос **„Искали ли сте допълнително възнаграждение за материали, които са осигурили огромни приходи на медията?“** показват, че журналистите не се интересуват относно връзката приходи за медията – журналистически материали, защото 55% (111) са посочили отговор „Не“, 14% (28) – „Категорично не“, 8% (16) – „Не са се замисляли“, 11% (22) – „По-скоро не“. Само 6% (12) са отговорили „Да“, 4% (8) – „По-скоро да“, 2% (4) – „Категорично да“. Очевидно икономическите приоритети на медийната индустрия не са приоритет на работещите журналисти. Въпреки безпрецедентното разрастване на медийния пазар и свръхкомерсиализацията му те залагат на обществената функция на медията, а пазарните механизми са им чужди. Семейният бюджет, изплащането на кредити и личните финансови затруднения се оказва, че не са съображения с тежест и приоритет при заплащането при журналистите.

Данните говорят и за това, че авторите си налагат автоцензура, макар и да няма наложен институционален контрол, а това е предпоставка за драматична депрофесионализация на журналистиката и отдалечаване от аудиторията. Има и друго тълкувание на примиримостта на журналистите – медийният пазар у нас е малък, гилдията се познават и това поставя журналистите в зависимост от работодателите. Или в малките населени места традиционните медии фалират. Т.е. налице е липса на перспектива и алтернатива. Допълнителното материално стимулиране и прилагането на социална политика над задължителния минимум в медиите, както и бонусите в пари, е нетипична проява на лукс, която се среща в много малко редакции – в големите електронни медии.



Фиг. 3. Разпределение на анкетираните лица относно желанието да поискат възнаграждение за правото си на собственост върху материала

Отговорите на въпрос **„Страхувате ли се да поискате възнаграждение за правото си на собственост върху материала?“**: 30% (61) не се страхуват, 28% (57) не са се замисляли, 6% (12) се страхуват да поискат възнаграждение. 15% (30) признават, че по-скоро се страхуват, 9% (18) – по-скоро не се страхуват, само 1% (2) признават, че категорично се страхуват, и 11% (22) – категорично не се страхуват (фиг. 3).

На въпрос **„Журналистическите материали в медиите трябва ли да бъдат защитени с авторски права на самите автори?“** 38% (77) отговарят с „Да“, 28% (57) – „По-скоро да“, 18% (36) – „Категорично да“, общо 84% (170). 7% (14) общо отговарят с „Не“ и „По-скоро не“, а 9% (18) – „Колкото не, толкова да“. Въпрос **„Имате ли журналистически материали с авторски права?“** установява, че 36% (73) от респондентите имат авторски материали с права, 27% (54) нямат, а 3% (75) не знаят дали въобще имат материали с авторски права. Собствениците на медиите не искат разрешение от авторите да ползват техни материали. Във въпрос **„Собственикът на медията иска ли разрешение от Вас да ползва Вашето произведение за време и тираж, какъвто определи той?“** 77% (156) отговарят „Не“, а 23% (46) – „Да“.

Препечатването на авторски материали, разследвания, репортажи, интервюта, без да е поискано разрешение от авторите им, 44% (89) оценяват като „Напълно отрицателно“, 30% (61) – „Отрицателно“, 14% (28) – „По-скоро отрицателно“, 10% (20) посочват отговор „Неутрално“, 2% (4) са положително настроени.

Заклучение

Новите модели медийно съдържание са предпоставка за възникване на нова медийна култура в производството и потреблението в медийната индустрия, където обаче професионалните стандарти не са достатъчно защитени. Медиите се трансформират, но все още няма система и устойчивост на този процес, което води до ограничена свобода на журналистите. Редакционната независимост е застрашена заради постоянното

смесване на редакционно съдържание с рекламно послание, което се прави много често.

Благодарности: Тази публикация е реализирана по проект „Модел за изследване и повишаване на авторскоправната грамотност в медиите в университетска среда“ с Договор № КП-06-М35/1 от 18.12.2019 г., финансиран от ФНИ на МОН, с ръководител д-р инж. Евелина Любомирова Здравкова-Величкова.

ЛИТЕРАТУРА

Закон за авторското право и сродните му права.
<<https://lex.bg/laws/ldoc/2133094401>>

Тренчева, Т. (2014). Основни видове нарушения на интелектуалната собственост в интернет. // Сборник от Международна конференция „Младите в науката – инвестиции в бъдещето“, 18–20 октомври 2013 г. – София: За буквите – О писменехъ, с. 467–473.

Dentchev, S., Peteva I. (2018). Education and Globalization. Modern dimensions of E-Governance in University Information Environment. 10th International Conference on Education and New Learning Technologies, pp. 1382–1387.

Planska-Simeonova, K. (2019). Copyright Protection of Photographic Information in Compliance with the New Regulations Of The European Union, 11th annual International Conference on Education and New Learning Technologies Palma de Mallorca (Spain). pp. 5040–504.

Mavrevski, R., M. Traykov, I. Trenchev (2019). Interactive Approach to Learning of Sorting Algorithms. International Journal of Online and Biomedical Engineering. Vol. 15, Issue 8, pp. 120–134

Dimitrova, S. (2019). E-content – intellectual property aspects. In Proceedings: International Conference on education and new learning technologies, EDULEARN19 Proceedings, Palma, Mallorca, Spain, Vol. 11, pp. 6061–6065.

Trencheva, T. (2012). Intellectual Property of information resources on the Internet // Textbook IP Library, Information and Cultural Management – Academic Summer School, 2–15th September 2012, Zagreb. Sofia: Za Bukvite – O Pismeneh, pp. 132–140.

REFERENCES

Zakon za avtorskoto pravo i srodnite mu prava.
<<https://lex.bg/laws/ldoc/2133094401>>

Trencheva, T. (2014). Osnovni vidove narushenia na intelektualnata sobstvenost v internet. // Sbornik ot Mezhdunarodna konferentsia „Mladite v naukata – investitsia v badeshteto“, 18–20 oktombri 2013 g. – Sofia: Za bukвите – O Pismeneh, s. 467–473.

Dentchev, S., Peteva I. (2018). Education and Globalization. Modern dimensions of E-Governance in University Information Environment. 10th International Conference on Education and New Learning Technologies, pp. 1382–1387.

Planska-Simeonova, K. (2019). Copyright Protection of Photographic Information in Compliance with the New Regulations Of The European Union, 11th annual International Conference on Education and New Learning Technologies Palma de Mallorca (Spain). pp. 5040–504.

Mavrevski, R., M. Traykov, I. Trenchev (2019). Interactive Approach to Learning of Sorting Algorithms. International Journal of Online and Biomedical Engineering. Vol. 15, Issue 8, pp. 120–134

Dimitrova, S. (2019). E-content – intellectual property aspects. In Proceedings: International Conference on education and new learning technologies, EDULEARN19 Proceedings, Palma, Mallorca, Spain, Vol. 11, pp. 6061–6065.

Trencheva, T. (2012). Intellectual Property of information resources on the Internet // Textbook IP Library, Information and Cultural Management – Academic Summer School, 2–15th September 2012, Zagreb. Sofia: Za Bukvite – O Pismenich, pp. 132–140.

COPYRIGHT IN THE MEDIA – A LUXURY OF THE PRAGUE OF A NEW CULTURE

Abstract: *At a time when media are an integral part of our daily lives, journalistic work is becoming increasingly more valuable. The journalistic work as an object of intellectual property is an intellectual product, but it is not sufficiently protected in the media, even by the authors themselves. This report presents cases that record the attitude of journalists towards the practical application of copyright policy in the institutions in which they work – the media. The results are from a survey that explores copyright policy in media and how journalists themselves assert their intellectual property rights of their works. The questionnaire includes questions from the actual practice of journalists. The study comments on different situations from practice, examines real-life cases of the current journalists. There is a tendency to mix editorial content with advertising messages that threatens editorial independence. As a path to a new media culture, it is committed to highlight tools that safeguard the professional standards and intellectual aspects of the entire 21st century media industry.*

Keywords: *Media; copyright; intellectual property; journalism.*

Assist. Prof. Evelina Zdravkova, PhD
University of Library Studies and Information Technologies
E-mail: e.zdravkova@unibt.bg