

Aghayev O.I., Pechkurov I.A.,
Rahimov O.V.♦

UDC: 347.785

Music Industry: Copyrights and Key Participants

Abstract: This paper describes the evolution of the music industry, from traditional formats to contemporary digital technologies. It examines key changes in music reproduction and distribution technologies and their impact on content accessibility and industry revenue. Special attention is given to the transformation of legal relationships and business models associated with new music distribution formats, identifying key players and stakeholders such as streaming platforms, record labels, and authors. The authors explore how these changes affect financial flows and legal aspects within the industry, as well as interactions among various market participants. The article also discusses new legislative trends in different countries, illustrating how governments adapt their legal frameworks to the demands of the modern music industry and changing market conditions.

Keywords: music industry; intellectual property; copyrights; music business models; record labels; author associations; royalties; music broadcasting platforms.

References

1. Law of the Republic of Azerbaijan On Copyright and Related Rights No. 115-IQ of June 5, 1996. Available at: <https://e-qanun.az/framework/4167> (in Azerbaijani).
2. Recorded Music: Market Overview for First Half of 2023. SNEP. Available at: https://snepmusique.com/wp-content/uploads/2023/09/DP-SNEP_-March%C3%A9-Musique-Enregistr%C3%A9e-1er-semester-2023.pdf (in French)
3. Constitution of the Republic of Azerbaijan of November 12, 1995, No. 00. Available at: <https://e-qanun.az/framework/897>
4. Announcement of July 31, 2023: “Azerbaijani Authors” Accreditation. Available at: https://copat.gov.az/docs/Elanlar/Elan_Az%C9%99rbaycan%20M%C3%BC%C9%99llifl%C9%99ri_Akkreditasiya_31.07.2023.pdf?t=1690800910. (in Azerbaijani).
5. Laakso P. Ranshe muzikalniye prodazhi rosli blaqodarya radio, teper — isklyuchitelno blaqodarya TikTok [Music Sales Used to Grow Thanks to Radio, Now Exclusively Thanks to TikTok]. VC.RU. 31 July 2023. Available at: <https://vc.ru/social/349670-ranshe-muzykalnye-prodazhi-rosli-blaqodarya-radio-teper-isklyuchitelno-blaqodarya-tiktok> (in Russian).
6. Snezhinskaya M. Evolyutsiya muzykal'noy industrii: Kratkiy istoricheskiy ocherk [Evolution of the Music Industry: A Brief Historical Overview]. Vestnik RGGU. Series "Phi-

♦Aghaev Orkhan Ilham oglu –Master's graduate in Tax Law at the Faculty of Law, Baku State University, Legal Associate at Bureau 28a LLC (Azerbaijan). E-mail: orkhan.ilham@gmail.com

Peckurov Izya Alexandrovich – expert musician, laureate of international competitions, and diploma winner of international festivals (Azerbaijan). E-mail: peckurovizya@gmail.com

Rahimov Orkhan Vugar oglu – Master's graduate at Lyon University (Lyon 2) in the Business Law - Intellectual Property Law program, member of the International Organization for Legal Research (Azerbaijan). E-mail: o.rehimov480@gmail.com

losophy. Sociology. Art Studies.", 2018, no. 3(13). Available at: <https://cyberleninka.ru/article/n/evolyutsiya-muzykalnoy-industrii-kratkiy-istoricheskiy-ocherk>. (in Russian)

7. About Us. PUBLIC KNOWLEDGE. Available at: <https://www.publicknowledge.org/about-us>

8. Al Kohn, Bob Kohn, Kohn on Music Licensing p. 329-44 (4th ed. 2010).

9. Arielle P. JVKE Record Label: Who Is He Signed To? 2024 Deal Info & Past Contracts. Industry Hackerz. Available at: <https://industryhackerz.com/who-is-jvke-signed-to>

10. Ben Sisario, Pandora Suit May Upend Century-Old Royalty Plan, N.Y. TIMES (Feb. 13, 2014). Available at: <http://www.nytimes.com/2014/02/14/business/media/pandora-suit-may-upend-century-old-royalty-plan.html>.

11. Berne Convention for the Protection of Literary and Artistic Works of September 9, 1886, revised in Paris on July 24, 1971. Available at: <https://www.wipo.int/wipolex/en/text/283702>

12. Big Music needs to be broken up to save the industry. WIRED. Available at: <https://www.wired.com/story/opinion-big-music-needs-to-be-broken-up-to-save-the-industry>

13. Copyright and the Music Marketplace. A Report of the Register of Copyrights, February 2015.US Copyright Office (May 206) Available at: <https://www.copyright.gov/policy/musiclicensingstudy/copyright-and-the-music-marketplace.pdf>

14. Digital Music - United States. Statista. Available at: <https://www.statista.com/outlook/dmo/digital-media/digital-music/united-states>

15. Donald S. Passman. All You Need to Know about the Music Business. p. 220 (8th ed. 2013).

16. Ed Christman. First-Quarter Music Publishing Rankings: SONGS Surges Again. BILLBOARD (May 12, 2014). Available at: <http://www.billboard.com/biz/articles/news/publishing/6084783/first-quarter-music-publishing-rankings-songs-surges-again>

17. European recorded music market reaches new heights in H1 2023. ANote Music (November 20, 2023). Available at: <https://blog.anotemusic.com/european-recorded-music-market-reaches-new-heights-in-h1-2023>

18. Europe's Top Record Labels for Independent Musicians. Kiremico Media. Available at: <https://www.kiremico.com/blog/record-labels-in-europe>

19. First Turkic-speaking radio station hits Azerbaijani airwaves. Azertag. Available at: https://azertag.az/en/xeber/first_turkic_speaking_radio_station_hits_azerbaijani_airwaves-1997408

20. History of HFA. HFA. Available at: <https://www.harryfox.com/history>

21. Intellectual Property Agency Accredits “Digital and Audiovisual Broadcasting Industry” Public Union. Available at: <https://www.copat.gov.az/en/news/intellectual-property-agency-accredits-digital-and-audiovisual-broadcasting-industry-public-union>

22. Intellectual Property Agency accredits Public Union “For Copyright”. Available at: <https://www.copat.gov.az/en/news/intellectual-property-agency-accredits-public-union-for-copyright>

23. Isabella Weaver, Luke Evans, Mamie Davis, Jacob Wunderlich, Rene Merideth, Jeff Cvetkovski, Aaron Davis. What is Music Report? Exploration Copyright Administration. Available at: <https://exploration.io/what-is-music-reports-inc>

24. Italian music market grows by 14.2% in the first six months of 2023. Federazione Industria Musicale Italiana. Available at: <https://en.fimi.it/snapshot/press-release/italian-music-market-grows-by-14-2-in-the-first-six-months-of-2023.kl>

25. Jermaine Harris. The 5 Most Popular Music Publishers Around the World. Breve Music Studios (November 13, 2023). Available at: <https://brevemusicstudios.com/5-most-popular-music-publishers>
26. Music Industry. Musicproductionglossary.com. Available at: <https://musicproductionglossary.com/what-is-the-music-industry/#key-players-in-the-music-industry>
27. Music industry in Europe - statistics & facts. Statista. Available at: <https://www.statista.com/topics/3903/music-industry-in-europe>
28. Music Industry Promotion Act Republic of Korea No. 7942 of April 28, 2006. Available at: https://elaw.klri.re.kr/eng_mobile/viewer.do?hseq=55503&type=part&key=17
30. Peters, Marybeth. (2004). Statement of Marybeth Peters, The Register of Copyrights, before the Subcommittee on Courts, The Internet and Intellectual Property of the House Committee on the Judiciary (March 11, 2004). Section 115 US Compulsory License. Available at: <https://www.copyright.gov/docs/regstat031104.html>
31. Rania Aniftos. Billboard Explains: What Role Do Record Labels Play? Billboard (March 31, 2023). Available at: <https://www.billboard.com/music/music-news/record-labels-billboard-explains-1235296400>
32. SESAC. Available at: <https://www.sesac.com/about>
33. Stats European music in numbers. Independent Music Companies Association. Available at: <https://www.impalamusic.org/stats-2>
34. STA Law Firm. MMA: The United States Legislation on Music. Mondaq (August 27, 2019). Available at: <https://www.mondaq.com/copyright/839828/mma-the-united-states-legislation-on-music>
35. The Top Music Publishing Companies in 2023. Unchained Music (August 9, 2023). Available at: <https://www.unchainedmusic.io/blog-posts/the-top-music-publishing-companies-in-2023>

All coauthors contributed equally to the writing of the article

**Агаев О.И., Печкуров И.А.,
Рагимов О.В.♦**

УДК: 347.785

Музыкальная индустрия: авторские права и ключевые субъекты

♦ **Агаев Орхан Ильхам оглы** – магистрант по специальности «Налоговое право» юридического факультета Бакинского государственного университета, юрист ООО «Bureau 28a» (Азербайджан). E-mail: orkhan.ilham@gmail.com

Печкуров Изя Александрович – эксперт-музыкант, лауреат международных конкурсов и дипломант международных фестивалей (Азербайджан). E-mail: peckurovizya@gmail.com

Рагимов Орхан Вугар оглы – магистрант Лионского университета (Лион 2) по программе Бизнес - права - Право Интеллектуальной Собственности, член Международной организации правовых исследований (Азербайджан). Email: o.rehimov480@gmail.com

Аннотация: Описывается эволюция музыкальной индустрии, от традиционных форматов до современных цифровых технологий. Рассматриваются ключевые изменения в технологиях воспроизведения и распространения музыки, а также их влияние на доступность контента и доходы отрасли. Особое внимание уделяется трансформации правоотношений и бизнес-моделей, связанных с новыми форматами распространения музыки, и выявлению ключевых игроков и субъектов, таких как стриминговые платформы, лейблы и авторы.

Авторы исследуют, как эти изменения влияют на финансовые потоки и правовые аспекты в индустрии, а также на взаимодействие между различными участниками рынка. В статье также обсуждаются новые законодательные тенденции в различных странах, демонстрируя, как государства адаптируют свою правовую базу к требованиям современной музыкальной индустрии и изменяющимся условиям рынка.

Ключевые слова: музыкальная индустрия; интеллектуальная собственность; авторские права; музыкальные бизнес-модели; лейблы; ассоциации авторов; роялти; платформы вещания музыки.

На сегодняшний день музыка, превратившись в отдельную индустрию, играет неукоснительную роль в коммерческо-индустриальных отношениях и оказывает существенное влияние и на другие творческие отрасли.

По началу основной и единственной задачей музыкальных произведений являлось удовлетворение потребностей: духовных, культурных, а также и морально-этических, но с прогрессом уровня жизни людей, с появлением рыночных отношений, с развитием экономических отношений, а также с научно-техническим прогрессом — музыка стала средством их удовлетворения. Процесс усовершенствования записи из нотной, который предоставлял возможность наслаждения музыкой в индивидуальном порядке лишь для тех лиц, которые имели способности исполнять на том или ином музыкальном инструменте, на запись в виниловые пластинки, а в последствии на компакт-диски, предоставило возможность для огромного количества людей слушать музыку дома, на работе, по дороге и так далее, заметно расширив целевую аудиторию. После выпуска первого коммерческого музыкального CD корпорацией Philips в июне 1982 года, началось массовое переиздание виниловых альбомов [6].

Появление радио – большой толчок для общедоступности разнородной информации, что в целом изменило общественную жизнь. С началом повсеместного радиовещания разнообразной музыки, стёрлись границы в круге аудитории, что послужило революционным толчком для музыкальной индустрии. Если на концертной площадке, в театре, опере или в филармонии можно поместить тысячу людей, то исполнение музыканта или группы по телевидению могут одновременно смотреть миллионы. Это предоставило большие возможности не только для зрителей, но и для самих исполнителей, ибо для многих из них, стало возможным обретение популярности по ТВ, в том числе на котором можно и ретранслировать выступления. Этим технологии третьей промышленной революции заложили основы новой эры музыкальной индустрии, которые затем заметно сильно модифицировались последующей промышленной революцией. Технологический прогресс привёл к снижению актуальности музыкального телевидения и радио благодаря интернет-сервисам, таким как YouTube, Spotify, Deezer и другим. Индустрия виниловых альбомов и прочих носителей сократилась, поскольку оцифровка музыки и размещение на интернет-платформах сделали её доступной

для большинства пользователей, а современные мобильные устройства способствуют удобству прослушивания.

Музыкальная индустрия на рынке может охватывать различные аспекты, начиная от продажи записей как физических, так и цифровых, вплоть до концертных выступлений, лицензирования музыки для киноиндустрии, рекламы, видеоигр и прочих видов потребления контента. Статистические показатели отражают развитие и прибыльность текущего этапа этой сферы. Среди всемирно известных источников о статистических данных музыкальной индустрии можно перечислить: (i) International Federation of the Phonographic Industry (“IFPI”), (ii) Recording Industry Association of America, (iii) Billboard, Nielsen Music, (iv) Statista, также соответствующий орган исполнительной власти, в лице либо Министерства Культуры, либо другого органа по Интеллектуальной Собственности («ИС»).

Та же Statista предвещает на 2024 год для США, рост доходов в сумму 17,99 миллиардов долларов США. К этому же году прогнозируется доминирование потоковой передачи музыки, объёмом в 12,11 миллиардов долларов США. Анализ последних изменений в музыкальной индустрии можно провести на основе отчётов IFPI, где наибольший рост ожидается в США [14].

Изменения в музыкальной индустрии не только масштабны, но и отражают доминирующие регионы на мировом рынке, которые совпадают со странами с высоким технологическим развитием и экономическим ростом, поддерживаемым демократическими институтами и защитой прав, включая интеллектуальную собственность и имущественные права. Поэтому, неудивительно, что США лидируют на мировой арене. В отчёте также отмечены страны Северной Америки, Европы и Восточной Азии как наиболее успешные в этой сфере.

Представляя из себя синтез творчества и техники, «[м]узыкальная индустрия охватывает круг лиц, специалистов и организации, занимающиеся производством (созиданием) и продажей записанной музыки, тем самым включая в себя круг творческих артистов, которые в свою очередь, сочиняют и исполняют песни, а также коммерческих предприятий, которые доносят свою музыку до публики» [26].

Отечественное законодательство не предоставляет точного определения понятия музыкального произведения, но определяет его разновидности — как с текстом, так и без. Закон в сфере авторского права Азербайджана указывает объём авторских прав которые распространяются на научные, литературные и художественные произведения, являющиеся продуктом творческого труда. Произведение воплощает мысли и воображения автора в материальном виде, поскольку авторское право защищает не сами идеи, а их выражение [1]. Соответственно, исходя из статьи 5-ой Закона Азербайджанской Республики «Об Авторском Праве и Смежных Правах» № 115-IQ от 5 июня 1996 года (далее, «Закон») приходим к выводу о том, что художественное произведение как объект авторского права — это результат творческой деятельности лица, выраженное в объективном виде. В то же время, возникает сложность с определением критерия творческого характера результата интеллектуальной деятельности как объекта авторского права, ибо национальный закон не расшифровывает понятие творчества. Бернская конвенция об охране литературных и художественных произведений от 9 сентября 1886 года («Бернская Конвенция») часто упоминает термин оригинального произведения, тем самым указывая на необходимость соответствия объекта авторского права критерию «оригинальности» [11]. Соответственно, будучи объектом искусства, музыкальное произведение должно соответствовать критерию оригинальности и быть объективно выражен-

ным, ибо объективное выражение музыкального произведения позволяет его воспроизводить. Согласно пункту 2 статьи 5 Закона, как обнародованные, так и необнародованные произведения могут воплощаться, в следующих формах: письменной, устной, в форме звуко- или видеозаписи, изображения, объёмно пространственной и других [1].

«[...] музыкальное произведение, которое представляет собой основную композицию, созданную автором или композитором, вместе с любым сопровождающим текстом, и звукозапись, которая представляет собой конкретное исполнение музыкального произведения, зафиксированное на носителе записи, таком как компакт-диск или цифровой файл» [13, с. 18]. В связи с этим музыкальные произведения и звукозаписи зачастую путают. Согласно требованию местного законодательства, касательно выражения произведения в объективной форме, музыкальное произведение может быть в виде нот, то есть нот и текстов песен, написанных на странице, или воплощено в фонограмме — в виде записи песни. Как музыкальное произведение, так и звукозапись подлежит отдельной правовой охране авторско-правовым законодательством. А права на музыкальные произведения, создаваемые авторами этих произведений, могут быть объектом управления со стороны различных организаций.

Сердцем музыкальной индустрии являются музыкальные творцы, включая авторов песен, композиторов, разного рода музыкантов, групп, певцов, а также исполнителей [26]. Ни в одном международно-правовом документе, подписанном Азербайджаном, эксплицитно не расшифровывается понятие «автора». Хотя и Бернская Конвенция определяет понятие «автора», но исходя, из сроков защиты, можно прийти к выводу, что под «автором» подразумевается, только физическое лицо. В случае же музыкальных произведений, как объектов авторского права, их авторами, законодательства многих государств, понимают лиц, только физических. В Республике Азербайджан, в статье 4 Закона, под понятием «автора» определяется «физическое лицо, создавшее произведение» [1].

Согласно пункту I статьи 30 Конституции Азербайджанской Республики от 12 ноября 1995 года, каждый обладает правом на интеллектуальную собственность [3]. Соответственно, творцом произведения, а также творцом музыкального произведения как художественного произведения, может быть любое физическое лицо, независимо от пола, гражданства, возраста либо же от состояния дееспособности.

Найти определение понятию композитора, как автора, как субъекта авторского права — автора музыкального произведения, как в национальном, так и в международном законодательстве, представляется невозможным. Упоминание «композитора» можно найти в статье 12 Закона, где указываются авторы аудиовизуального произведения. В тексте нормы указано, что автором аудиовизуального произведения может быть и автор музыки, где в скобках отмечаются «композитор» [1]. Следовательно, можно прийти к выводу, что, законодательство Азербайджана под «композитором» понимает автора музыкального произведения.

Что же касается иных, не юридических, способов определения понятия композитора — композитор (от лат. *compositor*) составитель, то есть сочинитель, конкретно музыкальных произведений. Подобный термин употребляется больше всего по отношению к авторам, которые осознают композицию как род своей профессиональной деятельности. Хотя и местное законодательство не даёт точного определения понятию «автора» или «композитора», но именно композитор, автор текста и/или автор песен подразумевается в качестве автора музыкального произведения.

Интересы же авторов музыкальных произведений, могут быть представлены организациями коллективного управления имущественными правами авторов [1]. На сегодняшний день официально-аккредитованными в соответствующем ведомстве исполнительной власти (Агентство Интеллектуальной Собственности Азербайджанской Республики) организациями коллективного управления являются «Общественное Объединение за Авторские Права» (оригинальное название: “Müəllif Hüquqları Uğrunda İctimai Birliyi”) [22] и «Общественное Объединение Авторы Азербайджана» (оригинальное название: “Azərbaycan Müəllifləri İctimai Birliyi”) [4]. А для зарубежной практики можно привести в пример такие организации как: «Гильдия авторов песен США (SGA) и Международная ассоциация авторов песен Нэшвилла (NSAI), которые являются известными торговыми организациями, представляющими общие интересы авторов песен, в то время как другое объединение — Общество композиторов и авторов текстов (Society of Composers and Lyricists) — представляет интересы авторов песен, работающих специально в кино- и телевидении» [13, с. 19]. По сравнению с вышеупомянутыми организациями коллективного управления Азербайджана, которые, согласно отечественному авторско-правовому законодательству, не могут быть вовлечены в коммерческие отношения [1], как SGA, так и NSAI являются коммерческими организациями. Среди европейских организаций коллективного управления правами авторов музыкальных произведений можно перечислить: Société Suisse des Auteurs в Швейцарии, Société des Auteurs, Compositeurs et Éditeurs de Musique во Франции, Società Italiana degli Autori ed Editori в Италии и другие.

“В то время как музыканты создают искусство, профессионалы музыкального бизнеса помогают оформлять, продвигать и продавать его. Они занимаются бизнесом, организацией и поддержкой, которые позволяют музыкальным карьерам процветать” [26]. Так называемый музыкальный бизнес, включает в себя целую команду разного профиля, наряду с автором-композитором: продюсеров, инженеров, менеджеров, агентов. Все они занимают важные места в разного рода музыкальных компаниях. Музыкальные фирмы могут быть представлены в лице звукозаписывающих лейблов, издателей музыкальных произведений, дистрибьюторских компаний, стриминг-платформ, организаций по защите прав на исполнение.

Как это часто принято в индустрии книгоиздательства, авторы песен, так же, как и авторы научных, либо художественных книг, вступают в договорные отношения с издательскими фирмами, публикующими музыкальные произведения. «[...] издатель может выплатить автору песни аванс в счёт будущих отчислений, чтобы помочь профинансировать работу автора. Кроме того, издатель занимается продвижением и лицензированием произведений автора песен и собирает авторские отчисления от имени автора» [13, с. 19]. Автор музыкального произведения передаёт часть своих авторских прав издательской фирме на срок действия договора. Обычно передаваемая доля составляет около 50 процентов, но может быть и меньше. В таком случае издатель получает компенсацию в виде гонорара [15].

«В некоторых случаях у музыкального произведения один автор и один издатель, и разделение гонораров (роялти) относительно простое» [13, с. 19]. Но также и не отрицается возможность наличия нескольких авторов (соавторства), которые уже в свою очередь вступают в договорные отношения с разными издателями. У каждого автора свой издатель, и подобного рода случаи сильно усложняют определение доли гонорара (роялти) и его распределение между сторонами [8]. Учитывая экономические показатели музыкальной индустрии США, можно привести пример трёх крупных американских музыкальных издателей, таких как:

Sony/ATV Music Publishing, Warner/Chappell Music, и Universal Music Publishing Group (“UMPG”); которые к началу прошлого десятилетия контролировали более 60 процентов рынка изданий [16]. По мнению Wired, “[в] течение десятилетий концентрация корпораций и рост потоковых музыкальных платформ привели к тому, что власть перешла к технологическим гигантам и конгломерату, который, благодаря вопиющим провалам американского монопольного регулирования, стал доминировать в наземном и спутниковом радио, продвижении концертов, продаже билетов, управлении артистами и владении площадками – по сути, во всех приносящих доход сегментах индустрии” [12]. Масштабы трёх крупнейших корпораций можно признать также наличием большого количества дочерних компаний сублейблов того же самого UMPG. В качестве крупной издательской компании основанной и с основным штабом в Европе (Берлин, Германия) можно привести в пример BMG Rights Management GmbH [25; 35].

Ни одно произведение сценического искусства, не может существовать без собственного исполнения. Исполнение визуального либо аудиовизуального объекта позволяет прикоснуться к созданному, прочувствовать и воспринять его. Исполнение музыкального произведения является его сердцевиной. «Затем исполнители придают песням жизнь» [26]. «Авторы и издатели песен почти всегда связывают себя с PRO (англ. Performance Rights Organization, на рус. Организация по управлению правами на публичное исполнение), который отвечает за лицензирование их прав на публичное исполнение» [13, с. 20]. Среди таких можно перечислить Американское Общество Композиторов, Авторов и Издателей (ASCAP) – которая в сравнении с SGA и NSAI, является некоммерческой организацией, отстаивающей ряд исключительных прав авторов музыкальных произведений. Таковым является также BroadcastMusic, Inc.; вместе эти организации охватывают свыше 90 процентов песен, доступных для лицензирования в США [10]. Самой маленькой организацией по объёму в США, является Общество по защите Авторских Прав Европейских Музыкальных Авторов и Композиторов (SESAC), основанное в 1931 году [32]. Наряду с ранее перечисленными организациями коллективного управления в Азербайджане, отвечающими за представление и управление исключительными правами создателей музыкальных произведений, в стране действует организация коллективного управления смежными правами исполнителей музыкальных произведений, собирающий гонорары за их публичное исполнение, а также за их вещание как: Rəqəmli və Audiovizual Yayım Sənayesi İctimai Birliyi (Общественное объединение Индустрии Цифрового и Аудиовизуального Вещания) [21].

Национальное законодательство об авторских правах допускает «[в]оспроизведение законно раскрытого произведения физическим лицом исключительно для личных целей разрешается без необходимости получения согласия автора или уплаты вознаграждения [...]» [1]. «Автор или правообладатель аудиовизуальных произведений, созданных на основе фонограмм физическими лицами, имеет право на получение авторского вознаграждения. Авторское вознаграждение должно выплачиваться производителями и импортёрами оборудования [...] и носителей записи [...], использованных для такого воспроизведения» [1].

Согласно статье 115 Закона США Об Авторских Правах (17 U.S.C. § 115) «Обязательное Лицензирование» создание и распространение музыкальных произведений, подлежит обязательному лицензированию [30]. Данное право также называется «механическим». Как отмечается в “Report of the Register of Copyrights (Copyright and the Music Market place)” Офиса США по авторским правам, от февраля 2015-го («Отчёт») (со ссылкой на (KONat

771-72, 808-10.): «[...] в практике, из-за административных требований, связанных с лицензией — включая уведомление правообладателя и ежемесячную отчётность о роялти по каждой песне — механическое лицензирование часто осуществляется через сторонние администрации [...]» [13, с. 21; 11].

Самой долговечной и крупной подобного рода организацией является Fox Agency, Inc., основанная в 1927 году. На сегодняшний день она «представляет около 50.000 аффилированных издателей и лицензирует более 2.500 звукозаписывающих лейблов» [20].

Также существует и Music Reports, Inc., занимающаяся сбором роялти в США, а также вовлечённая и «в администрирование лицензий и выплате причитающихся гонораров». Основанная в 1995 году Рональдом Гертцем и Дугом Брейнином, компания Music Reports является частной организацией, которая изначально была создана для предоставления услуг по администрированию лицензий на публичное исполнение для местных телевизионных станций [23]. В многих случаях механические лицензии также выдаются и администрируются напрямую музыкальными издателями [13, с. 21]. Как отмечается в Отчёте, со ссылкой на (KONNat 1454): «[б]ольшинство коммерчески успешных звукозаписей являются результатом контрактных отношений между исполнителями и звукозаписывающими компаниями» [13 с. 22; 11].

Лейбл — это звукозаписывающая компания, занимающаяся также продвижением и распространением музыкальных произведений. Обычно лейбл финансирует запись и следит за соблюдением авторских прав. В условиях цифровизации, которая в первую очередь затронула креативную индустрию, популярность приобрела цифровая дистрибуция и стриминг мультимедиа. Слово «лейбл» происходит от круглых этикеток на виниловых пластинках. Как отмечает Billboard есть следующие типы лейблов: крупные, главные лейблы, и независимые лейблы; когда ранее упомянутые UMPG, Sony Music и Warner составляют тройку крупнейших звукозаписывающих компаний [31]. По сравнению с ними, независимые лейблы полагаются на самофинансирование и почти всегда передают публикацию и распространение записанного музыкального произведения на аутсорсинг, когда крупная тройка управляет всеми процессами самостоятельно.

Согласимся с мнением главного писателя Billboard, Dan Rys, что «[к]огда вы думаете о звукозаписывающей компании сейчас, важно сосредоточиться на том, что у неё есть огромные ресурсы в области маркетинга и рекламы» [31]. «Именно они могут разместить рекламный щит в Лос-Анджелесе. Именно они могут обеспечить вам размещение на стриминговых сервисах» [31].

Музыкальные провайдеры, буквально от слова (“to provide”) — являются основными распространителями музыки. Повсеместный процесс распространения музыки является важным инструментом раскрутки в процессе её популяризации. То же самое маленькое радио, основной аудиторией которой были дальнбойщики, во второй половине 20 века, постоянным проигрышем песни “Billie Jean” Майкла Джексона заработало огромную аудиторию, где постоянное проигрывание, вещание, воспроизведение по всем каналам, радио и на других платформах, способствовало «массовому психозу», по тому или иному музыкальному произведению. Когда люди видят один и тот же клип по ТВ, слышат ту же песню по радио, в ресторане в живом исполнении или в магазине на фоне, эта музыка запоминается не только одному человеку, но и целой массе.

Одним из самых старых и флагманов вещательных организаций Азербайджана является ЗАО «Азербайджанское телевидение и радиовещание» (“Azərbaycan Televiziya və Radio Verişləri” QSC). На её базе действуют ТВ-канал «Азербайджанское Телевидение» (AzTV), канал «Культуры» (Mədəniyyət TV), и канал «Спорт Азербайджан» (İdman Azərbaycan). Также на её основе действуют различные радиовещательные структуры, основными из которых являются “AzTV” и “Mədəniyyət TV”, но учитывая частое использование музыки на спортивных соревнованиях, “İdman Azərbaycan” также не отстаёт в роли средства музыкального вещания.

Среди главных региональных вещателей можно привести в пример тот же самый Turkish Music Box (TMB), который транслируется на частоте 100.5 FM [19]. Оно было основано в качестве замены на регионально-локальный вариант MTV. Ещё одним крупным региональным вещателем является TRTAVAZ, которое так же, как и TMB объединяет в себе тюркоязычные страны.

Любой бизнес или индустрия включает не только тех, кто участвует в производстве, распространении и продаже продукции, но и потребителей, которые используют эту продукцию. Музыкальная индустрия, как и любая другая, в первую очередь ориентирована на потребителя. В Азербайджане действует «Союз Свободных Потребителей» (“Azad İstehlakçılar” İctimai Birliyi), но он в основном нацелен на защиту потребителей рынка сбыта. В США же, как отмечается в Отчёте, со ссылкой на «CFA & Public Knowledge First Notice Commentsat 1»: «[р]яд организаций представляют интересы потребителей музыки в вопросах политики, включая Public Knowledge и Consumer Federation of America (Федерацию потребителей Америки)» [13, с. 25; 24].

Несмотря на то, что европейский музыкальный рынок всё ещё отстаёт от американского, что отражает деградацию классического европейского музыкального искусства, в индустрии Европы наблюдаются значительные скачки. Статистические показатели музыкальной индустрии Европы значительно превосходят показатели восточноевропейских стран, Турции и постсоветских государств, что указывает на почти отсутствие стабильного музыкального рынка в этих странах. Показатели последних лет не исключают перспективу укрепления позиций европейского рынка. Как отмечает ANote Music со ссылкой на Independent Music Companies Association IMPALA: после четвёртого года роста подряд в 2022 году, когда общая выручка составила 7,3 миллиарда долларов, а годовой рост – 7,54 процента, европейский рынок звукозаписи ещё больше укрепит свои позиции на мировой музыкальной сцене в 2023 году: все его основные территории отметили рост выручки за первые шесть месяцев этого года [17; 33]. Показатели же распространения и продаж музыкальной продукции указывают на ключевую роль стриминга. Как отмечается «[...] ключевым фактором для рынка записанной музыки в Европе является цифровой сегмент, тогда как физический сегмент (продажа CD и винила) показывает рост только в некоторых странах» [17]. 4-ая по величине звукозаписывающая индустрия Германии уверенно показывает самый высокий рост в континентальной Европе с 6,6 процента, и с общей суммой в 1,06 миллиардов долларов США [17; 33]. Касательно же итальянского рынка ANote указывает на двузначный рост в общей сумме 175 миллионов евро [17] (рост на 14,2 процентов) [24]. С ростом доходов от записанной музыки на 9,4 процента, достигнув общей суммы в 397 миллионов евро, по данным IFPI французский рынок занимает 6-е место в мире [28]. В целом по оценке Statista доходы от цифровой музыки составили: 1,7 миллиарда евро, 1,4 миллиарда евро и более полмиллиарда евро соот-

ветственно, в Соединённом Королевстве, в ФРГ и во Франции [27]. Среди известных лейблов Европы, предназначенных для независимых музыкантов, можно перечислить те же самые: Mars Alliance, A Thousand Arms, Blackbird Music, City Slang, Embassy of Music GmbH, Wolves and Vibrancy, Morr Music, Pampa Records, Sonar Kollektiv [18].

Сегодня музыкальная индустрия, наряду с креативной, занимает значительное место в экономике. Из-за своей уникальности она выделяется среди игровой, кино- и вещательной индустрий, что изменяет бизнес-правила и укрепляет её позицию. Основные двигатели отрасли – развитые демократические страны с защитой прав; коммерциализация же музыкальной индустрии также порождает новые вызовы.

Однако одним из недостатков гегемонии трёх крупных лейблов является то, что современное понятие «музыкант» тесно связано с их деятельностью. Примером может служить Jvke, чей трек “Golden Hour” стал популярным в TikTok благодаря издательству лейблом Awal [9], приобретённый позже Sony у Kobalt. Это не исключает дальнейшей раскрутки трека лейблом, а также его участия в рекламе и сотрудничестве с MTV. Таким образом, мы видим важнейшую роль, прежде всего, лейбла, а затем телевизионных и интернет-платформ. Если ранее музыкальные продажи росли благодаря радио, то теперь это происходит в основном благодаря TikTok [5].

Реклама, гастроли и выпуск музыки играют ключевую роль в формировании и закреплении звезды на музыкальном рынке. Даже такие легенды, как Beatles, достигли знаменитости благодаря активному продвижению и гастролям. В условиях современного конкурентного рынка важно не только обладать талантом, но и заинтересовать лейбл, найти продюсера и подписать выгодный контракт. Важность системы защиты авторских прав в США заключается в обеспечении исключительных прав, сборе гонораров, управлении коммерческими правами и борьбе с пиратством, что поддерживает экономические интересы авторов и исполнителей.

В условиях исключительности и сложности современной музыкальной индустрии некоторые страны разрабатывают специальные законодательные акты для регулирования правоотношений, возникающих в этой сфере. В США, например, 11 октября 2018 года был принят Закон № 115-264 О Модернизации Музыки (Music Modernization Act), который значительно упростил «механическое лицензирование», упомянутое выше, сделав его более централизованным через организацию Mechanical Licensing Collective (Некоммерческая организация Коллективного управления механическими лицензиями) (“MLC”) [29]. Но несмотря на улучшение лицензирования, у закона есть недостатки: исключение юридических претензий на неуплаченные механические роялти до 1 января 2018 года, доминирование музыкальных издателей в Совете MLC, проблемы с идентификацией песен и игнорирование интересов независимых авторов [34].

В Республике Корея Закон О Продвижении Музыкальной Индустрии № 7942 от 28 апреля 2006 года (на англ. Music Industry Promotion Act No. 7942 of April 28, 2006, Republic of Korea) направлен на поддержку и развитие музыкальной индустрии страны, включая защиту авторских прав, финансовую помощь артистам и стимулирование международного сотрудничества. Этот закон включает четырнадцать понятий, в том числе определение «музыкальной индустрии» как «индустрия, связанная с созданием, публичным исполнением и обучением музыке; производством, распространением, экспортом и импортом музыкальных записей, музыкальных файлов, музыкальных видео-продуктов и музыкальных ви-

деофайлов; производством музыкальных инструментов и звукового оборудования; бизнесом караоке и другими отраслями, связанными с вышеупомянутой индустрией»; кроме того, в законе даны определения некоторым субъектам правоотношений, о которых шла речь ранее, таким как «бизнес по распространению музыкальных записей и видео-продуктов» (аналог музыкальных лейблов) и «онлайн-сервисы музыкальных файлов» (аналог стриминговых платформ) [28].

Это подчёркивает значимость и масштабность музыкальной индустрии в современной эпохе, показывая разнообразие подходов к её регулированию на национальном уровне.

Библиография

1. Закон Азербайджанской Республики «Об авторских и смежных правах» № 115-IQ от 5 июня 1996 года. [Электронный ресурс]. URL: <https://e-qanun.az/framework/4167> (на азерб. яз.)
2. Записанная Музыка: обзор рынка на первую половину 2023 года. SNEP (2023). [Электронный ресурс]. URL: https://snepmusique.com/wp-content/uploads/2023/09/DP-SNEP_March%С3%A9-Musique-Enregistr%С3%A9e-1er-semester-2023.pdf. (на фр. яз.)
3. Конституция Азербайджанской Республики от 12 ноября 1995 года № 00. [Электронный ресурс]. URL: <https://e-qanun.az/framework/897>
4. Объявление от 31 июля 2023 «Азербайджанские авторы» Аккредитация. [Электронный ресурс]. URL: https://copat.gov.az/docs/Elanlar/Elan_Az%С9%99rbaycan%20M%С3%BC%С9%99lilif%С9%99ri_Akkreditasiya_31.07.2023.pdf?t=1690800910. (на азерб. яз.)
5. Полина Лааксо. Раньше музыкальные продажи росли благодаря радио, теперь — исключительно благодаря TikTok. VC.RU. [Электронный ресурс]. URL: <https://vc.ru/social/349670-ranshe-muzykalnye-prodazhi-rosli-blagodarya-radio-teper-isklyuchitelno-blagodarya-tiktok>
6. Снежинская Марина. Эволюция музыкальной индустрии: краткий исторический очерк // Вестник РГГУ. Серия «Философия. Социология. Искусствоведение». 2018. №3 (13). [Электронный ресурс]. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/evolyutsiya-muzykalnoy-industrii-kratkiy-istoricheskiy-ocherk>
7. About Us. PUBLIC KNOWLEDGE. [Электронный ресурс]. URL: <https://www.publicknowledge.org/about-us>
8. Al Kohn, Bob Kohn, Kohn on Music Licensing p. 329-44 (4th ed. 2010).
9. Arielle P. JVKE Record Label: Who Is He Signed To? 2024 Deal Info & Past Contracts. Industry Hackerz. [Электронный ресурс]. URL: <https://industryhackerz.com/who-is-jvke-signed-to>
10. Ben Sisario, Pandora Suit May Upend Century-Old Royalty Plan, N.Y. TIMES (Feb. 13, 2014), [Электронный ресурс]. URL: <http://www.nytimes.com/2014/02/14/business/media/pandora-suit-may-upend-century-old-royalty-plan.html>.
11. Berne Convention for the Protection of Literary and Artistic Works of September 9, 1886, revised in Paris on July 24, 1971. URL: <https://www.wipo.int/wipolex/en/text/283702>
12. Big Music needs to be broken up to save the industry. WIRED. [Электронный ресурс]. URL: <https://www.wired.com/story/opinion-big-music-needs-to-be-broken-up-to-save-the-industry>

13. Copyright and the Music Marketplace. A Report of the Register of Copyrights, February 2015.US Copyright Office (May 206). [Электронный ресурс]. URL: <https://www.copyright.gov/policy/musiclicensingstudy/copyright-and-the-music-marketplace.pdf>
14. Digital Music - United States. Statista. [Электронный ресурс]. URL: <https://www.statista.com/outlook/dmo/digital-media/digital-music/united-states>
15. Donald S. Passman. All You Need to Know about the Music Business. p. 220 (8th ed. 2013).
16. Ed Christman. First-Quarter Music Publishing Rankings: SONGS Surges Again. BILLBOARD (May 12, 2014). [Электронный ресурс]. URL: <http://www.billboard.com/biz/articles/news/publishing/6084783/first-quarter-music-publishing-rankings-songs-surges-again>
17. European recorded music market reaches new heights in H1 2023. ANote Music (November 20, 2023). [Электронный ресурс]. URL: <https://blog.anotemusic.com/european-recorded-music-market-reaches-new-heights-in-h1-2023>
18. Europe's Top Record Labels for Independent Musicians. Kiremico Media. [Электронный ресурс]. URL: <https://www.kiremico.com/blog/record-labels-in-europe>
19. First Turkic-speaking radio station hits Azerbaijani airwaves. Azertag. [Электронный ресурс]. URL: https://azertag.az/en/xeber/first_turkic_speaking_radio_station_hits_azerbaijani_airwaves-1997408
20. History of HFA. HFA. [Электронный ресурс]. URL: <https://www.harryfox.com/history>
21. Intellectual Property Agency Accredits “Digital and Audiovisual Broadcasting Industry” Public Union. [Электронный ресурс]. URL: <https://www.copat.gov.az/en/news/intellectual-property-agency-accredits-digital-and-audiovisual-broadcasting-industry-public-union>
22. Intellectual Property Agency accredits Public Union “For Copyright”. [Электронный ресурс]. URL: <https://www.copat.gov.az/en/news/intellectual-property-agency-accredits-public-union-for-copyright>
23. Isabella Weaver, Luke Evans, Mamie Davis, Jacob Wunderlich, Rene Merideth, Jeff Cvetkovski, Aaron Davis. What is Music Report? Exploration Copyright Administration. [Электронный ресурс]. URL: <https://exploration.io/what-is-music-reports-inc>
24. Italian music market grows by 14.2% in the first six months of 2023. Federazione Industria Musicale Italiana. [Электронный ресурс]. URL: <https://en.fimi.it/snapshot/press-release/italian-music-market-grows-by-14-2-in-the-first-six-months-of-2023.kl>
25. Jermaine Harris. The 5 Most Popular Music Publishers Around the World. Breve Music Studios (November 13, 2023). [Электронный ресурс]. URL: <https://brevemusicstudios.com/5-most-popular-music-publishers>
26. Music Industry. Musicproductionglossary.com. [Электронный ресурс]. URL: <https://musicproductionglossary.com/what-is-the-music-industry/#key-players-in-the-music-industry>
27. Music industry in Europe - statistics & facts. Statista. [Электронный ресурс]. URL: <https://www.statista.com/topics/3903/music-industry-in-europe>
28. Music Industry Promotion Act Republic of Korea No. 7942 of April 28, 2006. [Электронный ресурс]. URL: https://elaw.klri.re.kr/eng_mobile/viewer.do?hseq=55503&type=part&key=17

29. Orrin G. Hatch–Bob Goodlatte Music Modernization Act, Pub. L. No. 115-264, 132 Stat. 3676 (2018). [Электронный ресурс]. URL: <https://www.govinfo.gov/content/pkg/PLAW-115publ264/pdf/PLAW-115publ264.pdf>

30. Peters, Marybeth. (2004). Statement of Marybeth Peters, The Register of Copyrights, before the Subcommittee on Courts, The Internet and Intellectual Property of the House Committee on the Judiciary (March 11, 2004). Section 115 US Compulsory License. [Электронный ресурс]. URL: <https://www.copyright.gov/docs/regstat031104.html>

31. Rania Aniftos. Billboard Explains: What Role Do Record Labels Play? Billboard (March 31, 2023). [Электронный ресурс]. URL: <https://www.billboard.com/music/music-news/record-labels-billboard-explains-1235296400>

32. SESAC. [Электронный ресурс]. URL: <https://www.sesac.com/about>

33. Stats European music in numbers. Independent Music Companies Association. [Электронный ресурс]. URL: <https://www.impalamusic.org/stats-2>

34. STA Law Firm. MMA: The United States Legislation on Music. Mondaq (August 27, 2019). [Электронный ресурс]. URL: <https://www.mondaq.com/copyright/839828/mma-the-united-states-legislation-on-music>

35. The Top Music Publishing Companies in 2023. Unchained Music (August 9, 2023). [Электронный ресурс]. URL: <https://www.unchainedmusic.io/blog-posts/the-top-music-publishing-companies-in-2023>

Все соавторы внесли равный вклад в написание статьи