

ผลสรุปการสัมมนา Asia-Pacific Regional Seminar on the Issues of Copyright and Related Rights in the Music Industry ระหว่างวันที่ 2-3 พฤษภาคม 2555

ณ กรุงกัวลาลัมเปอร์ ประเทศมาเลเซีย

1. ที่มาของการจัดสัมมนา

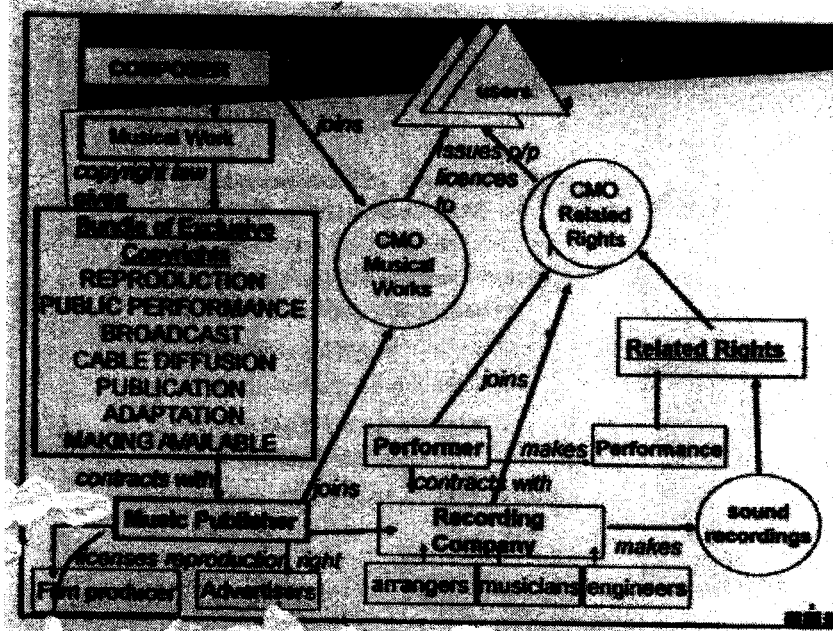
การสัมมนาครั้งนี้เป็นการสัมมนาในหัวข้อลิขสิทธิ์และสิทธิข้างเคียงในอุตสาหกรรมดนตรี ซึ่งเป็นการสัมมนาในระดับภูมิภาคเอเชีย-แปซิฟิก ซึ่งร่วมกันจัดขึ้นโดยองค์การทรัพย์สินทางปัญญาโลก (WIPO) The Intellectual Property Corporation of Malaysia (MyIPO) และ The Ministry of Culture, Sports and Tourism (MCST) Government of the Republic of Korea

2. เนื้อหาการสัมมนา

2.1 องค์กรจัดเก็บค่าลิขสิทธิ์ หรือ Collective Management Organization (CMO)

การเกิดขึ้นขององค์กรจัดเก็บค่าลิขสิทธิ์นั้น เกิดจากสาเหตุต่างๆ เช่น เจ้าของลิขสิทธิ์ไม่สามารถที่จะสอดส่องดูแลการใช้งานดนตรีกรรมของตนได้อย่างทั่วถึง ซึ่งหากเป็นการใช้งานดนตรีกรรมในต่างประเทศ เจ้าของลิขสิทธิ์ย่อมไม่สามารถที่จะรับรู้ได้เลย และการที่เจ้าของลิขสิทธิ์จะต้องไปดูแลการใช้งานดนตรีกรรมของตนในต่างประเทศย่อมมีค่าใช้จ่ายที่มีต้นทุนสูงมาก ดังนั้น จึงได้มีการจัดตั้งองค์กรจัดเก็บค่าลิขสิทธิ์ขึ้นเพื่อรวบรวมเจ้าของลิขสิทธิ์ไว้ด้วยกัน เพื่อให้ง่ายในการจัดเก็บ และสะดวกในการกำหนดราคาการจัดเก็บค่าลิขสิทธิ์

2.2 กระบวนการจัดเก็บค่าลิขสิทธิ์งานเพลง



กระบวนการจัดเก็บค่าลิขสิทธิ์เริ่มจากผู้ประพันธ์หรือครูเพลงได้ใช้ความคิดสร้างสรรค์ในการแต่งเพลงขึ้น ซึ่งงานเพลงเป็นงานที่ได้รับความคุ้มครองโดยลิขสิทธิ์ประเภทงานดนตรีกรรม ซึ่งผู้เป็นเจ้าของงานอันมีลิขสิทธิ์นั้น ย่อมมีสิทธิแต่เพียงผู้เดียว (Exclusive rights) ในการทำซ้ำ ดัดแปลง และเผยแพร่ ซึ่งตัว

ผู้ประพันธ์จะทำสัญญากับ Music Publisher ซึ่ง Music Publisher จะทำหน้าที่เสมือนผู้จัดการฝ่ายธุรกิจ (Business Manager) ในการติดต่อกับผู้ผลิตในสื่อต่างๆ อาทิ เช่น บริษัทเพลง ผู้ผลิตภาพยนตร์ หรือ ผู้ผลิตโฆษณาเพื่ออนุญาตให้ใช้งานเพลงดังกล่าว ซึ่งในขั้นตอนนี้ จะมีองค์กรจัดเก็บค่าลิขสิทธิ์องค์กรแรกเข้ามาเกี่ยวข้องคือ องค์กรจัดเก็บค่าลิขสิทธิ์ในงานดนตรีกรรม (CMO for Musical works) ต่อมาเมื่อบริษัทเพลงได้รับอนุญาตให้ใช้งานเพลง หรืออาจจะมีการโอนลิขสิทธิ์ให้บริษัทเพลงก็ตาม บริษัทเพลงก็จะทำการเรียบเรียงเพลงใหม่โดยใช้วิศวกรเสียง (Sound Engineer) ในการอัดเพลงออกมาสู่แผ่นซีดี เพื่อทำการขายแผ่นต่อไป ซึ่งในขั้นตอนของบริษัทเพลงนั้นอาจจะมีนักร้อง (Performer) เข้ามาร่วมในการขับร้องด้วย ซึ่งการที่บริษัทเพลงทำการอัดเพลงออกมาเป็นแผ่นซีดีเพื่อจำหน่าย และการขับร้องของนักร้องนั้น ถือเป็นสิทธิข้างเคียงอย่างหนึ่ง (Related rights) ซึ่งกฎหมายลิขสิทธิ์ก็ได้ให้ความคุ้มครองด้วย โดยในขั้นตอนนี้ จะเกิดองค์กรจัดเก็บค่าลิขสิทธิ์อีกองค์กรหนึ่ง เพื่อจัดเก็บสิทธิข้างเคียง ได้แก่สิทธิในสิ่งบันทึกเสียง และสิทธินักแสดง

ทั้งนี้ จะเห็นได้ว่าองค์กรจัดเก็บค่าลิขสิทธิ์จะมีอยู่ 2 องค์กร คือ 1. องค์กรที่เก็บค่าลิขสิทธิ์ดนตรีกรรม (CMO Musical Works) ซึ่งจัดเก็บค่าลิขสิทธิ์ให้กับผู้ประพันธ์ ครูเพลง และ Music Publisher และ 2. องค์กรที่เก็บค่าลิขสิทธิ์ในสิทธิข้างเคียง (CMO Related rights) ซึ่งจัดเก็บค่าลิขสิทธิ์ให้กับบริษัทเพลง (Sound recording company)

2.3 กระบวนการจัดเก็บค่าลิขสิทธิ์ของเจ้าของสิทธิในต่างประเทศ

หากเจ้าของลิขสิทธิ์งานเพลงในประเทศหนึ่งต้องการจัดเก็บค่าลิขสิทธิ์งานเพลงของตนในอีกประเทศหนึ่ง กระบวนการการจัดเก็บค่าลิขสิทธิ์ จะมีดังตัวอย่างต่อไปนี้ เจ้าของลิขสิทธิ์ ไม่ว่าจะเป็นผู้ประพันธ์ ครูเพลง หรือ Music publisher ในประเทศ A ต้องการจัดเก็บค่าลิขสิทธิ์ในประเทศ B เจ้าของลิขสิทธิ์จะทำการมอบฉันทะให้ Foreign Copyright Societies ซึ่งเป็นองค์กรจัดเก็บค่าลิขสิทธิ์ในต่างประเทศ ดำเนินการแทน โดย Foreign Copyright Societies นั้นจะมีสัญญาต่างตอบแทนกันกับ Local Copyright Societies ซึ่งเป็นองค์กรจัดเก็บค่าลิขสิทธิ์ภายในประเทศ B ทำหน้าที่จัดเก็บค่าลิขสิทธิ์ให้ภายในประเทศ B ให้แทน โดย Local Copyright Societies จะหักค่าดำเนินการ ก่อนส่งค่า royalties ให้ Foreign Copyright Societies ต่อไป

2.4 คำพิพากษาของศาลที่เกี่ยวกับงานเพลงในภูมิภาคเอเชีย-แปซิฟิก

การสัมมนาได้มีการหยิบยกคำพิพากษาที่เป็นที่สนใจในเรื่องเกี่ยวกับลิขสิทธิ์ในงานเพลง โดยเป็นคำพิพากษาที่ได้ตัดสินในศาลของประเทศในภูมิภาคเอเชีย-แปซิฟิก ในเรื่องประเด็นลิขสิทธิ์ต่างๆ ดังต่อไปนี้

2.4.1 ประเด็นเรื่องการโอนหรือการอนุญาตให้ใช้งานอันมีลิขสิทธิ์ระหว่างผู้ประพันธ์หรือครูเพลง กับบริษัทผู้ผลิตแผ่นเสียง

ผู้ประพันธ์กับบริษัทผู้ผลิตแผ่นเสียงมักจะมีคดีสู่ศาลในเรื่องความเป็นเจ้าของงานลิขสิทธิ์ โดยปัญหาเกิดขึ้นจากสัญญาโอนหรือสัญญาอนุญาตให้ใช้งานลิขสิทธิ์นั้นมักจะไม่ชัดเจนในตอนแรกที่ทั้งสองฝ่ายเข้าทำสัญญากัน ดังนั้น ศาลจึงต้องเข้ามาทำการตีความสัญญาดังกล่าวว่าเป็นการโอนลิขสิทธิ์หรือไม่ หรือ

สัญญานั้นเป็นเพียงแค่อนุญาตให้ใช้ลิขสิทธิ์ (คดี Baby V.O.X. ในประเทศเกาหลีใต้) และ (คดี PGM Record v Visa Khanthap & Ors. ในประเทศไทย)

2.4.2 ประเด็นเรื่องการจัดเก็บค่าลิขสิทธิ์ในงานดนตรีกรรม และสิ่งบันทึกเสียง

ในประเทศอินเดียมีคดีความขึ้นสู่ศาล (คดี Radio Today Broadcasting v. Indian Performing Rights Society) ในประเด็นเรื่องการจัดเก็บค่าลิขสิทธิ์ในงานเพลงที่เป็น Soundtrack ของภาพยนตร์ ซึ่งประเด็นมีอยู่ว่า หากมีการใช้งานเพลง soundtrack นั้น ใครจะเป็นผู้จัดเก็บค่าลิขสิทธิ์ระหว่างผู้ประพันธ์เพลงกับผู้สร้างภาพยนตร์ซึ่งนำเพลงดังกล่าวไปประกอบในภาพยนตร์ คดีนี้ ผู้ใช้งานเพลง soundtrack คือสถานีวิทยุ (RTB) ได้จ่ายค่าลิขสิทธิ์ให้กับองค์กรจัดเก็บค่าลิขสิทธิ์สำหรับงานในสิ่งบันทึกเสียง แต่ปฏิเสธที่จะจ่ายค่าลิขสิทธิ์ให้กับองค์กรจัดเก็บค่าลิขสิทธิ์สำหรับงานดนตรีกรรม (IPRS) ซึ่งเมื่อคดีขึ้นสู่ศาลศาลได้พิพากษาว่า เมื่อ IPRS ได้อนุญาตให้ผู้ผลิตภาพยนตร์ใช้งานเพลงเพื่อประกอบภาพยนตร์แล้ว IPRS ก็หาสิทธิที่จะแสวงหาประโยชน์จากการอนุญาตให้ใช้ลิขสิทธิ์ในประเภทอื่นๆ อีก ดังนั้น การที่ RTB ได้เผยแพร่ผลงานเพลง Soundtrack ทางสถานีวิทยุ RTB จะต้องชำระค่าลิขสิทธิ์ให้ IPRS ด้วย

ดังนั้น จะเห็นได้ว่าลิขสิทธิ์ในดนตรีกรรม กับลิขสิทธิ์ในสิ่งบันทึกเสียงหรือสิทธิข้างเคียงนั้น อาจจะต้องมีการแบ่งแยกสิทธิให้ชัดเจนเพื่อประโยชน์แก่ผู้ใช้งาน ซึ่งศาลจะเข้ามามีบทบาทในการพิจารณาว่า สิทธิในการจัดเก็บค่าลิขสิทธิ์เป็นของใคร ดังนั้นการขออนุญาตใช้งานดนตรีกรรมเพื่อนำไปใช้เป็นเพลง soundtrack นั้น สัญญาควรระบุให้ชัดเจนว่า เมื่อนำงานเพลง soundtrack ไปเผยแพร่แล้วใครจะเป็นผู้จัดเก็บค่าลิขสิทธิ์ เพื่อให้ปราศจากข้อสงสัยในภายหลัง

2.4.3 ประเด็นเรื่องการเผยแพร่งานลิขสิทธิ์ต่อสาธารณชน

ในประเทศอินเดียอีกเช่นกัน ได้มีคดีความขึ้นสู่ศาลในเรื่องการเผยแพร่งานลิขสิทธิ์ต่อสาธารณชน (คดี Super Cassette Industries v. Nirulas Corner House) โดยจำเลย (NCH) ได้เผยแพร่งานอันมีลิขสิทธิ์ของโจทก์ (SC) ผ่านโทรทัศน์ในโรงแรมของจำเลยเพื่อให้แขกผู้มาพักรับชม ซึ่งประเด็นที่ขึ้นสู่การพิจารณาของศาลคือ การที่ผู้เข้าพักในโรงแรมรับชมรายการทีวีผ่านทางโทรทัศน์ในห้องพักนั้น ถือว่าเป็นการเผยแพร่ต่อสาธารณชนในงานอันมีลิขสิทธิ์ หรือเป็นการรับชมส่วนตัว คดีนี้ศาลได้พิพากษาว่า ถึงแม้จะมีแขกของโรงแรมได้รับชมเพียงคนเดียวในห้องพัก ก็ถือว่าเป็นการเผยแพร่ต่อสาธารณชนในงานอันมีลิขสิทธิ์ เนื่องจากผู้รับชมนั้นมีฐานะเป็นแขกที่มาพักในโรงแรม หากได้มีฐานะเป็นบุคคลธรรมดาทั่วไปที่ได้รับชมรายการแบบส่วนตัวไม่ ดังนั้น จำเลยจึงต้องจ่ายค่าลิขสิทธิ์ให้แก่โจทก์

ดังนั้น จะเห็นได้ว่าสิทธิทางเศรษฐกิจ (Economic rights) ในการจัดเก็บค่าลิขสิทธิ์ได้ขยายเกินไปกว่าเดิม โดยได้ขยายคำว่าเผยแพร่ต่อสาธารณชนเข้าไปรวมถึงในห้องพักของโรงแรม หรือับ บาร์ ร้านอาหาร หรือซูเปอร์มาร์เกตด้วย

2.5 การคุ้มครองงานลิขสิทธิ์ในยุคดิจิทัล

การคุ้มครองงานลิขสิทธิ์ที่ถูกละเมิดทางอินเทอร์เน็ต นั้นประเทศสหรัฐอเมริกาได้ใช้กฎหมาย DMCA ในการจัดการ โดยถือว่า Internet service Provider (ISP) เป็นผู้ถือกุญแจในการเข้าสู่โลกอินเทอร์เน็ต ดังนั้นหากมีการละเมิดลิขสิทธิ์ขึ้นในอินเทอร์เน็ต ISP จะต้องเป็นผู้รับผิดชอบ ซึ่งกฎหมาย DMCA ของสหรัฐอเมริกาได้ให้การคุ้มครอง (Safe harbor) ต่อ ISP โดยกำหนดกระบวนการให้ ISP ปฏิบัติตาม ซึ่งกระบวนการดังกล่าว รวมถึงการยื่น notice เตือน ISP ว่ามีการละเมิดทรัพย์สินทางปัญญาขึ้น และ ISP ต้อง take down เนื้อหาที่มีการละเมิดลิขสิทธิ์นั้นออกจากอินเทอร์เน็ต เมื่อ ISP ปฏิบัติตามแล้ว ISP จะได้รับการคุ้มครอง และไม่ถือว่าเป็นผู้สนับสนุนในการละเมิดลิขสิทธิ์ (Secondary liability)

นอกจากนี้ การฟ้องร้องต่อผู้ละเมิดโดยตรง หรือผู้ใช้อินเทอร์เน็ต (Primary infringer) นั้นสามารถกระทำได้แต่สิ้นเปลืองค่าใช้จ่ายมาก ทั้งนี้ยังมีการคุ้มครองการละเมิดลิขสิทธิ์แบบใหม่ที่ ISP ส่งหนังสือเตือนผู้ละเมิด (Graduated Response) ซึ่งเป็นสมาชิกของ ISP นั้น ให้หยุดการละเมิดลิขสิทธิ์ ซึ่งหากผู้ละเมิดไม่หยุดกระทำการ ISP สามารถใช้มาตรการต่างๆตอบโต้ได้ อาทิ เช่น ลดความเร็วสัญญาณอินเทอร์เน็ตลง หรือจำกัดการเข้าสู่เว็บไซต์ต่างๆ ของผู้ละเมิดนั้น

2.6 ปัญหาขององค์กรจัดเก็บค่าลิขสิทธิ์ (CMO)

องค์กรจัดเก็บค่าลิขสิทธิ์ (CMO) ของประเทศในภูมิภาคเอเชีย-แปซิฟิกนั้น ยังคงอยู่ในระหว่างการพัฒนา เนื่องจากปัญหาต่างๆ เช่น 1. ความน่าเชื่อถือและฐานะทางกฎหมายของ CMO 2. การเพิกเฉยไม่ปฏิบัติตามกฎหมายของผู้ใช้งานลิขสิทธิ์ 3. การที่ผู้ใช้คิดว่าค่าลิขสิทธิ์นั้นราคาสูงเกินไป 4. ผู้ใช้งานลิขสิทธิ์ไม่ได้เตรียมการวางแผนที่จะชำระค่าลิขสิทธิ์มาก่อน 4. ผู้ใช้งานลิขสิทธิ์หลีกเลี่ยงที่จะชำระค่าลิขสิทธิ์

นอกจากนี้ ปัญหาของ CMO เฉพาะของภูมิภาคนี้ที่ทำให้ CMO ไม่สามารถก้าวหน้าเท่าที่ควร เนื่องจากเหตุผล เช่น 1. ผู้ประพันธ์หรือครูปวงมักจะติดต่อกับบริษัทเพลงโดยไม่ได้ผ่าน Music Publisher ซึ่งทำหน้าที่เป็นผู้ดูแลหรือโค้ชในการทำธุรกิจให้ 2. ลิขสิทธิ์เพลงจำนวนมากได้ถูกขายให้แก่บริษัทเพลงตั้งแต่แรก ดังนั้น CMO ของผู้ประพันธ์หรือครูปวง จะไม่ได้รับประโยชน์เนื่องจากบริษัทเพลงเท่านั้น จะเป็นผู้จัดเก็บค่าลิขสิทธิ์ 3. ผู้ประพันธ์หรือครูปวงได้ยึดติดในระบบเดิมๆ ซึ่งบุคคลเหล่านี้จะเป็นพนักงานในบริษัทเพลง ทำให้ลิขสิทธิ์ตกเป็นของบริษัทเพลง การยึดติดกับระบบเดิมๆ ทำให้ยากต่อการเปลี่ยนแปลง และการเกิดขึ้นของ CMO 4. ตลาดของเพลงมักจะตกอยู่ภายใต้บริษัทใหญ่ๆ เพลง 2-3 บริษัทเท่านั้น ทำให้ยากที่จะเกิดบริษัทเล็กๆ ขึ้นมาแข่งขัน

2.7 การใช้ที่ถือว่าไม่เป็นการละเมิดลิขสิทธิ์ (Fair use) ในยุคดิจิทัล

เนื่องจากหลักสำคัญในเรื่องทรัพย์สินทางปัญญาคือการสร้างสมดุลระหว่างเจ้าของสิทธิและสาธารณชน การใช้งานลิขสิทธิ์บางประเภทแม้ว่าอาจจะเป็นการใช้งานที่ต้องขออนุญาตจากเจ้าของสิทธิก็ตาม แต่การกระทำนั้นก็ควรตกอยู่ใน Fair use อาทิ เช่น การทำ blog ซึ่งบางครั้งอาจจะต้องใส่เพลงลงไปด้วย หรือการทำ home video ภายในครอบครัวซึ่งอาจมีการร้องเพลง หรือเต้นในวิดีโอแล้วนำไปขึ้นใน

youtube นอกจากนี้ การใช้เพื่อรายงานข่าว หรือการอ้างอิงถึงนั้น ถือว่าเป็นการใช้เพียงชั่วคราวไม่อาจถือว่าเป็นการละเมิดลิขสิทธิ์ได้

อย่างไรก็ดี สิ่งที่สำคัญที่สุดในหลักเรื่อง fair use คือการใช้งานลิขสิทธิ์ที่ไม่กระทบกระเทือนต่อผลประโยชน์อันชอบธรรมของเจ้าของลิขสิทธิ์

3. ข้อคิดเห็น

3.1 เนื่องจากการเปลี่ยนแปลงอันรวดเร็วของเทคโนโลยีตั้งแต่อดีตจนถึงปัจจุบัน ทำให้กฎหมายหรือมาตรการที่คุ้มครองลิขสิทธิ์ต้องมีการปรับปรุงเปลี่ยนแปลงให้ทันสมัยอยู่เสมอ ตั้งแต่ยุคที่เดิม การบันทึกงานเพลงทำด้วยระบบอนาล็อก (Analog) ในเทปคาสเซ็ท จนถึงยุคดิจิทัลซึ่งบันทึกงานเพลงในแผ่นบันทึกเสียงหรือ CD จนกระทั่งปัจจุบันในยุคของอินเทอร์เน็ต งานเพลงไม่ได้อยู่ในรูปแบบแผ่นบันทึกเสียงอีกต่อไป แต่อยู่ใน packet switching ซึ่งสามารถส่งผ่านอินเทอร์เน็ตระบบ broadband ด้วยเทคโนโลยี streaming เช่น youtube หรือการ download เพลง MP3 จากเว็บ P2P ต่างๆ กฎหมายหรือมาตรการที่จะคุ้มครองจึงต้องสมเหตุสมผลในด้านต้นทุนที่ใช้ในการดำเนินการ และเกิดความยุติธรรมแก่สาธารณชน

3.2 กฎหมาย DMCA ที่เป็นต้นแบบของการคุ้มครองการละเมิดลิขสิทธิ์ในอินเทอร์เน็ต เริ่มล้ำสมัยเนื่องจากการฟ้องร้องผู้ละเมิดโดยตรงมีต้นทุนการดำเนินการสูง มาตรการในปัจจุบันจึงไม่ได้อยู่ในรูปแบบของกฎหมายซึ่งจบด้วยการฟ้องร้องในศาล แต่เป็นมาตรการที่ใช้ระหว่าง ISP กับ Subscribers หรือที่เรียกว่า Graduated Response Laws ซึ่ง ISP มีอำนาจที่จะระงับการใช้งานอินเทอร์เน็ตของ Subscribers ของตนได้ ซึ่งยังไม่แน่ชัดว่ามาตรการดังกล่าวที่ให้อำนาจ ISP กระทบการไปฝ่ายเดียวนั้น จะผิดหลักกฎหมายที่ว่า “ให้สันนิษฐานไว้ก่อนว่าจำเลยเป็นผู้บริสุทธิ์จนกว่าจะได้มีการพิสูจน์ความผิด” หรือไม่

3.3 ในเรื่องของ CMO การพัฒนา CMO ของประเทศส่วนใหญ่ในภูมิภาคเอเชีย-แปซิฟิก ยังไม่ก้าวหน้าเท่าที่ควร เนื่องมาจากยังคงยึดอยู่กับระบบเดิมๆ ซึ่งจะมี 2-3 บริษัทที่ครอบครองตลาดธุรกิจเพลง ซึ่งในประเทศไทยนั้น CMO มีมากเกินไปและมีการจัดเก็บค่าลิขสิทธิ์ซ้ำซ้อนทำให้เกิดปัญหาแก่ผู้ใช้งาน จึงจำเป็นต้องดำเนินการแก้ไขอย่างต่อเนื่องและจริงจัง เพื่อให้เกิดความยุติธรรมแก่เจ้าของสิทธิและผู้ใช้งานลิขสิทธิ์ต่อไป