

Rádióadókat fizetett le négy lemeztársaság az USA-ban, hogy minél többet játsszák a zeneszámaikat.



Rádióadókat fizetett le négy lemeztársaság az USA-ban, hogy minél többet játsszák a zeneszámaikat. Elsőként a Sony BMG fizet tízmillió dolláros bírságot, de a többiek is hasonló büntetésre számíthatnak. Payola - ezt a bűnt követte el a világ második legnagyobb lemezkiadója, a Sony BMG Music Entertainment. Az angol pay (fizetés) szó és az egykor népszerű Victrola fonográf nevéből összevont kifejezéssel illették az ötvenes években az amerikai helyi rádióállomásoknál meghonosodott gyakorlatot, hogy a lemezlovasok előszeretettel játszották le azokat a dalokat, amelyeket a lemeztársaságok némi pénz ellenében megrendeltek tőlük. Eliot Spitzer, New York állam főügyésze szerint a Sony - és még egy sor lemezcég - ezt a gyakorlatot melegítette fel. A hatóságoknak azért tűnt fel a stikli, mert a rádióadók zenei kínálata gyakorta eltért a közízléstől, nem tükrözte sem a betelefonáló hallgatók kívánságait, sem a slágerlistákat. Ami történt, az tisztességtelen üzleti magatartás, a piac, pontosabban a lemezek iránti kereslet mesterséges befolyásolása. Az ilyen esetek megakadályozására az USA-ban 1960 óta törvény szól arról, hogy a lemeztársaságok nem ösztönözhetik pénzzel a rádióállomásokat, a vétkeseket pedig tízmillió dollárig terjedő bírsággal és akár egyéves szabadságvesztéssel is sújthatják. A japán Sony Music és a német Bertelsmann-csoporthoz tartozó BMG Music 2004-es egyesülésével létrejött New York-i székhelyű Sony BMG-t ez azonban nem tartotta vissza, jóllehet ő maga felháborodottan és vehemensen harcol cd-inek illegális másolása ellen. A tavaly szeptemberben kezdett vizsgálat során egyre több bizonyíték gyűlt össze a főügyész asztalán, és végül a Sony BMG úgy döntött, a további hercehurca helyett inkább a kiegyezést választja, azaz elismeri bűnösségét, és kifizeti a tízmillió bírságot. A pénzbüntetést úgy kell teljesítenie, hogy az összeget különböző, zenei oktatást elősegítő nonprofit szervezeteknek utalja át. A cég egyúttal nyilatkozatban ismerte el a nem megfelelő piaci magatartást, és ígéretet tett az előírások betartására. Emellett - hozta nyilvánosságra Spitzer - a cégnek külön szakértőt kell alkalmaznia a promóciós és értékesítési eljárások ellenőrzésére. S bár a skandalum miatt senkinek sem kell börtönbe vonulnia, a tizenegy hónapos főügyészi vizsgálat során tucatnyi vezető távozott váratlan gyorsasággal a cégtől. Múlt hétfőn például a Sony BMG egyik kiadója, az Epic Records marketingigazgatója került lapátra, négy menedzsernek pedig súlyos pénzbüntetést kellett fizetnie. A felső vezetők e-mailjei ugyanis arról árulkodtak, hogy ők is tudtak a törvényellenes kifizetésekről, sőt igyekeztek azokat fiktív megbízásokkal elrejteni. Rádióadókat fizetett le négy lemeztársaság az USA-ban, hogy minél többet játsszák a zeneszámaikat. Elsőként a Sony BMG fizet tízmillió dolláros bírságot, de a többiek is hasonló büntetésre számíthatnak. BEVETT SZOKÁS VOLT Nemcsak a Sony vétkezett, Spitzer szerint a nagy lemezkiadó társaságok körében bevett szokás a rádióadók zenei választékának befolyásolása. A közeljövőben további kiadók

Írta: hvg

2005. augusztus 04. csütörtök - Módosítás: 2005. augusztus 04. csütörtök

számíthatnak büntetésre: a világelső Universal Music, az EMI és a Warner Music. A négy nagy társaság egyébként maximálisan együttműködött Spitzerrel, átadták neki a kért dokumentumokat, betekintést engedtek a cégek belső elektronikus levelezésébe. A vizsgálat megállapításait az érintett nagyobb rádióállomások is megerősítették, igaz, közülük csak a rádióadók mellett színházakat is működtető amerikai médiaóriás, a Clear Channel Communications járult hozzá nevének nyilvánosságra hozásához. A verdikt szerint a lemezkiadók nemcsak pénzzel, hanem egzotikus utazásokkal, repülőjegyekkel, ajándéktárgyakkal (például számítógépekkel, cd- és dvd-lejátszókkal), menő rendezvényekre szóló drága belépőkkel kenték meg a rádióállomásokat, illetve a dj-ket. A San Diegó-i KHTS rádióadó programigazgatója például sík képernyős tévét kapott az Epictől, a greenville-i WHRT zenefelelőse pedig egy laptop és egy PlayStation mellett még nyári utazást is. A Sony BMG több esetben az adók működési kiadásaihoz is hozzájárult. Álcázásként a lemezcégek gyakran úgynevezett független értékesítőket használtak, akik legálisan fizethetnek az állomásoknak egy-egy zeneszám lejátszásáért, ha nem állnak kapcsolatban a kiadókkal. Sokan nyomban firtatni kezdték a Sony-Spitzer alku megszületése után a rádióadók felelősségét is. A lemeztársaságok ugyanis azzal érvelnek, csak úgy tudnak bekerülni a műsorokba, ha fizetnek. A Sony például azért tett le 3600 dollárt, hogy az egyik csatornán 63-szor adjanak bejátszást Jennifer Lopez egyik kislemezéről. Az igényesebb muzsikájáról ismert Audioslave zenekar egyik menedzsere pedig nemrég elismerte, az együttes albumának dalai csak úgy tudtak felcsendülni a nagyobb csatornákon, hogy megkenték a rádiókat - ennek köszönhetően a kezdetben réteggözönségnek játszó banda ma már országosan ismert. A vádak szerint az is előfordul, hogy a lemezlovasok álbetelefonálókkal "kéretik" a megrendelt számokat, a nyereményjátékok győzteseiként pedig fiktív személyeket jelölnek meg - a főnyeremény a műsorvezetőnél landol. Spitzer már jelezte, hogy a rádióadók sem maradnak ki a vizsgálati körből. A hiperaktív főügyész két évvel ezelőtt a szerinte elfogult tőzsdei elemzőket, tavaly a befektetési alapokat, illetve a világ legnagyobb biztosítási brókercégét, a Marsh & McLennant pécézte ki. Legutóbb, idén június elején a vezető amerikai biztosító, az AIG és annak korábbi elnöke, Maurice Greenberg ellen nyújtott be keresetet, könyvelési manipulációt gyanítva (HVG, 2005. június 4.). Idén áprilisban pedig az Intermix Media reklámcég ellen indított eljárást, mert gyanúja szerint a társaság "kémszoftvereket" telepített az internetezők gépére. CSABAI KÁROLY / WASHINGTON