

Pomysł podatku od smartfonów i tabletów oburzył internautów

19 stycznia 2015

Internauci negatywnie ocenili propozycję rozszerzenia opłaty reprograficznej, potocznie zwanej podatkiem od piractwa, na smartfony i tablety. Większość komentarzy w social mediach miała negatywny wydźwięk. Natężenie dyskusji o pomysle ZAiKS przypadło na okres wyborów samorządowych. Zdaniem ekspertów IMM oddźwięk, jaki ona wywołała, mógł mieć wpływ na wybory internautów przy urnie.

Opłata reprograficzna jest pobierana od producentów i dystrybutorów urządzeń i nośników umożliwiających kopiowanie utworów. Ma ona z założenia rekompensować twórcom straty wynikające z korzystania z danego utworu na użytek osobisty. Jej wysokość stanowi od 1 do 3 proc. ceny urządzenia i jest wliczana w cenę m.in. magnetowidów czy kserokopiarek. ZAiKS proponuje, by do listy urządzeń dołączyć smartfony i tablety. Podatek będzie dotyczyć producentów i importerów, ale ostatecznie pewnie zwiększy on cenę danego urządzenia, co odczują konsumenci. To wzbudziło wśród internautów największe kontrowersje.

– Postulowana zmiana to niby tylko do 3 proc. kosztu danego telefonu bądź innego sprzętu, ale pada pytanie: „Dlaczego my mamy płacić?”. Internauci sugerują, że zmiany niekoniecznie mają służyć ograniczeniu piractwa – mówi agencji informacyjnej Newseria Biznes Barbara Koziar, specjalistka ds. mediów społecznościowych z Instytutu Monitorowania Mediów.

Jak podaje IMM, 52 proc. publikacji na ten temat pojawiło się na portalach internetowych, co trzecia została opublikowana na Facebooku, a 12 proc. tekstów na temat opłaty reprograficznej

zamieścili blogerzy. IMM zbadał 3 tys. wypowiedzi, które w okresie od 1 września do 1 grudnia 2014 r. pojawiły się w internecie. Badano m.in. takie frazy, jak „podatek reprograficzny”, „podatek od piractwa” czy „opłata reprograficzna”.

77 proc. komentarzy zamieszczono na Facebooku (89 proc. z nich było negatywnych), a co szósty pojawił się na Twitterze.

– Sprawa odbiła się szerokim echem. Z nacechowanych emocjonalnie komentarzy w social media 93 proc. miało wymowę negatywną – tłumaczy Barbara Koziar. – Kiedy zbadaliśmy na Facebooku same komentarze do postów, to 77 proc. z nich było bardzo negatywnych.

IMM wskazuje, że krytyka w sieci mogła zaszkodzić nie tylko ZAiKS-owi, lecz także innym organizacjom zbiorowego zarządzania prawami autorskimi, Ministerstwu Kultury i Dziedzictwa Narodowego, a w konsekwencji partii rządzącej.

– To, jak wyborcy postrzegali propozycję wprowadzenia opłaty reprograficznej, mogło w jakimś stopniu przełożyć się na wyniki wyborów samorządowych – mówi ekspertka.

Jak pokazują badania, wiele osób liczy się ze zdaniem znajomych, ale szczególnie liderów opinii, którzy wpływają na poglądy i sposób postrzegania otoczenia. Raport IMM wskazuje, że: „Social media są potężnym narzędziem marketingowym, które z dużą siłą przerodzić można w konkretne rezultaty. Wraz z ilością publikowanych w social mediach opinii i komentarzy śniegowa kula nabiera rozpędu i rośnie w postępie geometrycznym”.

Tylko na Facebooku pojawiło się 1037 komentarzy do postów, co świadczy o popularności sprawy.

– To już jest pewna masa krytyczna, na podstawie której możemy wyciągać wnioski. Niewielu z nas coś komentuje w sieci, więc jeśli w tym przypadku było aż tyle komentarzy, to znaczy, że

ktoś chciał o tym rozmawiać i był to temat żywy – zaznacza przedstawicielka IMM.

Jak dodaje Barbara Koziar, w sieci pojawiło się dużo neutralnych komentarzy na temat opłaty, ale zdarzały się także pozytywne.

– Jako komentarze pozytywne zaklasyfikowaliśmy te, które w pewien sposób próbowały pokazać, że może to być przydatne działanie. Według komentujących te 3 proc. to nie jest dużo, a taka opłata pozwoli na dofinansowanie osób, które tworzą, czyli twórców i artystów – tłumaczy ekspertka.

Według ubiegłorocznego badania na temat rynku mediów Federacji Konsumentów na pytanie o to, czym jest opłata reprograficzna, większość respondentów (56 proc.) nie potrafiła udzielić odpowiedzi. Dla co dziesiątego jest to podatek, 15 proc. badanych wskazało opłatę „jako rekompensatę za możliwość korzystania z dobrodziejstw dozwolonego użytku prywatnego”. Nieco ponad 5 proc. odpowiedziało nawet, że to jest kara, którą konsumenci ponoszą za wysoki poziom piractwa w Polsce.

– W dobie internetu mamy świadomość tego, że wszystko, co robimy, ma swój oddźwięk. Może warto więc najpierw takie pomysły poddawać dyskusji, rozważać, bardziej uzasadniać, a nie od razu o nich informować – podsumowuje Barbara Koziar.

Źródło: [Newseria](#)