

[https://doi.org/10.52326/jss.utm.2022.5\(3\).12](https://doi.org/10.52326/jss.utm.2022.5(3).12)
UDC 78.001.5



THE DILEMMA OF MUSIC INDUSTRY DEVELOPMENT: EXTERNAL FACTORS AND INTERNAL TRENDS

Lurie Badicu*, ORCID: 0000-0002-3290-3832

Academy of Music, Theater and Fine Arts of Moldova, 111 Mateevici street, Chisinau, Republic of Moldova

*Corresponding author: *lurie Badicu, ibadicu.oficial@gmail.com*

Received: 06.18.2022

Accepted: 08.04.2022

Abstract. This research is motivated by the development of the music industry, in order to obtain new results, through extensive and revolutionary actions to move from the current quality to a new one. The specific hypothesis of the study of the music industry is based on the consideration of the dilemma: although the leaps and interruptions of evolution favor the growth and considerably expand the musical activity, they do not result in a totally new state of quality accompanied by highlighting musical values. Thus, the interpretable cultural result obtained, of the current music industry, is due to a series of external challenges, both solitary distinguished and numerous associated. The study sums up all the challenges, coming from outside the structure of the music industry, to shape the external influence; whose action is reflected in the generation of new internal trends. In this sense, the external influence is the expression, and the internal tendencies are the reflection of this expression. The research used various methods, principles, techniques and scientific procedures combined, and based on the principle of integrity, the author developed his own culturological procedures. At the same time, in the presentation of the material, preference was given to the descriptive method with the application of the elements of comparison, analysis and deduction, as well and the search engine Scopus. The research finds, through the prism of different civilizational paradigms, that the music industry is in the dilemma of its development. In the circumstances of 2022 and for the next period, the author concludes with two directions of development of the music industry that require special research.

Keywords: *the dilemma of the music industry, external factors of the music industry, internal trends of the music industry.*

Rezumat. Această cercetare este motivată de dezvoltarea domeniului industriei muzicale, în vederea obținerii unor rezultate noi, prin acțiuni ample și revoluționare de trecere de la actuala stare calitativă la una nouă. Ipoteza specifică a studiului despre industria muzicală se bazează pe considerentul dilemei: deși salturile și întreruperile evoluției favorizează creșterea structurală a industriei muzicale și extind considerabil funcționalitatea acesteia, ele nu soldează cu o stare totalmente nouă a calității însoțită de evidențierea valorilor muzicale. Astfel, rezultatul cultural interpretabil obținut, al actualei industriei muzicale, se datorează unui șir de provocări externe, atât solitare distinse, cât și numeroase asociate. Studiul

sumează totalitatea provocărilor, venite din afara structurii industriei muzicale și remarcă influența externă, acțiunea căreia este reflectată prin generarea tendințelor interne noi. În contextul cercetării, factorii externi constituie expresia, iar tendințele interne reprezintă reflecția acestei expresii. În cadrul cercetării s-a utilizat diverse metode, principii, tehnici și procedee științifice combinate, iar în baza principiului integrității, s-a dezvoltat viziuni și procedee culturologice proprii. Totodată, la expunerea materialului, s-a acordat preferință metodei descriptive cu aplicarea elementelor de comparație, analiză și deducție, precum și motorului de căutare Scopus. Cercetarea afirmă, prin prisma diferitor paradigme civilizaționale, aflarea industriei muzicale în dilema dezvoltării sale. În circumstanțele anului 2022 și pentru perioada imediat următoare, autorul concluzionează prin două direcții ale dezvoltării industriei muzicale care necesită cercetare ulterioară.

Cuvinte cheie: *dilema industriei muzicale, factori externi ai industriei muzicale, tendințe interne ale industriei muzicale.*

1. Introducere

Fenomenul relației de asociere a devenit evident începând cu anul 2022, când s-a constatat că, industria muzicală a intrat în *dilema identificării sale* și a alegerii unei direcții de dezvoltare. Dificultatea conturării unei soluții pentru „industria muzicală globalizată” [1, pp. 72-75] s-a accentuat în rezultatul următoarelor provocărilor complexe: revoluția digitală (2015), restricțiile pandemice (2019) și ulterior, noua conjunctură militară, politică și economică a războiului din Ucraina (2022). Astfel, pe parcursul a unui deceniu (2012-2022) au intervenit numeroși factori externi, care au influențat industria muzicală și au provocat consecințe asupra *spațiului său tradițional de dezvoltare*. Prin spațiu tradițional, în care funcționează și se dezvoltă industria muzicală, se înțelege spațiul industriei muzicale occidentale, reprezentat de structurile locale ale celor mai performante state în domeniu, cum sunt: SUA, Marea Britanie, Statele membre ale UE, Australia, Japonia, Coreea de Sud și altele [2]. Analiza acestor factori și localizarea lor în cadrul dilemei dezvoltării industriei muzicale, constituie prioritatea acțiunii de cercetare. Așadar, circumstanțele de ordin politic, economic, juridic, social și sanitar au acutizat problema umanitară, precum și critica acesteia.

Actualmente, în literatura de specialitate autohtonă, nu sunt investigate suficient și sub aspect complex provocările relațiilor de asociere asupra industriei muzicale. În acest context, cercetarea de față își propune o investigare, în plan teoretic și pragmatic, a factorilor externi, care au influențat industria muzicală și au provocat consecințe asupra spațiului său tradițional de dezvoltare.

Problemele dezvoltării industriei muzicale, sub aspect general, sunt regăsite în lucrările de cercetare ale unor savanți, precum: Kanellopoulou (2021) [3], Galuszka (2021) [4], Fukuyama (1994, 2009) [5-6], Huntington (2012) [7], Efremov (2006) [8], Wilson (2019) [9], Evola (1999) [10], Guenon (2022) [11], Dașevschi (2017) [12], Toynbee (1997) [13-14] etc.

Importanța și actualitatea cercetării, în acest domeniu, sunt condiționate de revoluția digitală, restricțiile pandemice și ulterior, noua conjunctură militară, politică și economică a războiului din Ucraina, care au sporit abordarea umanistă, culturologică, sociologică, filozofică și civilizațională a industriei muzicale.

Scopul și obiectivele lucrării constă în investigarea multilaterală a aspectelor dezvoltării industriei muzicale și fundamentarea noilor tendințe interne de dezvoltare ale industriei muzicale, odată cu modernizarea unor subcomponente structurale internaționale,

care se amplifică în dependență de relaționarea sa cu instituțiile și organizațiile sociale, economice, politice și culturale asociate industriei muzicale.

Pentru a realiza și a pune în valoare scopul cercetării, au fost stabilite următoarele obiective:

- revizuirea literaturii în vederea identificării nivelului de cercetare științifică și aprecierii performanței științifice în domeniul industriei muzicale;
- sistematizarea și analiza teoriilor și paradigmatelor civilizaționale privind evoluția industriei muzicale globale și argumentarea celor mai fundamentale ce au afectat industria muzicală locală în contextul diverselor provocări;
- specificarea tipurilor de corelație între industria muzicală locală și industria muzicală globală;
- examinarea și specificarea factorilor de influență asupra industriei muzicale;
- formularea concluziilor aferente dilemei identificării industriei muzicale și constatarea direcției de dezvoltare.

Metalingvistic, acest articol este structurat ca urmare a analizei tezelor introductive, conform cărora s-a identificat și interpretat factorii externi de influență asupra industriei muzicale. Totodată, tezele introductive au servit drept criteriu pentru denumirea și gruparea acestor factori. S-a evidențiat tendințele interne noi, atestate în rezultatul influenței externe și s-au trasat concluzii astfel încât, materialul culturologic să fie relevant industriei muzicale, precum și să exercite impact asupra spectrului teoretic al filosofiei și sociologiei culturii, istoriei și teoriei culturii, economiei, managementului artistic public și privat etc.

2. Materiale și Metode

În cadrul metodologiei de cercetare utilizate pentru elucidarea problemelor abordate, au fost studiate și analizate lucrări ale specialiștilor atât din țară, cât și de peste hotare, precum și norme, reglementări din domeniul industriei muzicale. Prezenta lucrare aprofundează abordările dilemei industriei muzicale, cercetată prin prisma diferitor paradigme civilizaționale. În lucrare s-a utilizat metoda de cercetare calitativă, urmărindu-se interpretarea factorilor de influență asupra industriei muzicale. Lucrarea se încadrează în cercetarea fundamentală, care are drept obiectiv elucidarea tendințelor interne noi, atestate în rezultatul influenței externe, iar, pe de altă parte, în cercetare aplicativă, venind în ajutor mediului academic prin exemplificări pragmatice. La expunerea materialului, s-a acordat preferință metodei descriptive cu aplicarea elementelor de comparație, analiză și deducție, precum și motorului de căutare în baza de date bibliografică și bibliometrică în format online Scopus. De asemenea, s-a analizat materiale statistice și datele oficiale ale Global Music Report - Annual State of The Industry /IPFI (2020) [2], dar și Rapoartele Comisiei UE către Parlamentul European, Consiliul și Comitetul Economic și Social [15-16] etc.

3. Revizuirea Literaturii

În vederea identificării cercetărilor științifice la nivel internațional și aprecierii performanței științifice în domeniul industriei muzicale a fost analizată baza de date bibliografică și bibliometrică în format online Scopus. Studiul publicațiilor pe platforma Scopus s-a realizat prin setarea unor criterii ale căutării, astfel, încât să se obțină rezultate relevante pentru cercetare. Primul criteriu, pentru obținerea și examinarea datelor, a fost stabilirea cuvântului-cheie „music industry”, iar cel de-al doilea criteriu a fost determinarea „perioadei: 2012-2021” prin generarea datelor înregistrate în ultimii 10 ani.

În consecință, au fost selectate 105 lucrări științifice, care corespund criteriilor indicate. Aceste date sunt prezentate sun forma unei diagrame, incluse în figura 1.

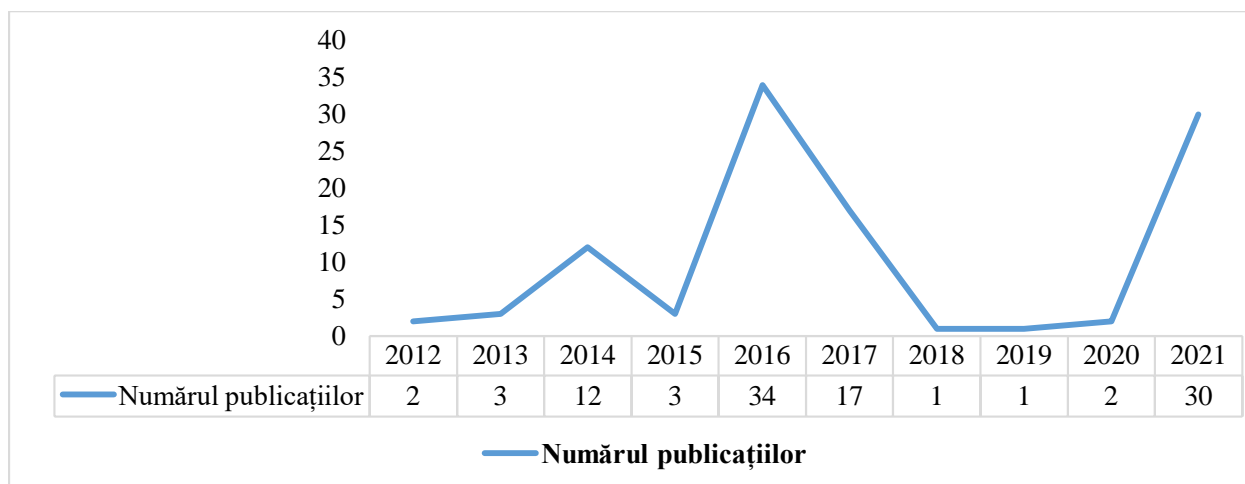


Figura 1. Dinamica publicațiilor privind industria muzicală în anii 2012-2021.

Sursa: elaborat de autor în baza rezultatelor căutării pe Scopus.

Din datele prezentate în figură deducem că, evoluția de la an la an este neuniformă, iar numărul lucrărilor denotă interesul cercetătorilor la nivel internațional. Din punct de vedere cantitativ, cele mai multe publicații au fost elaborate în anul 2016 – 34 de publicații, urmat de anul 2021 cu 30 de publicații.

În funcție de categoria lucrărilor acceptate de Scopus – 77 de lucrări reprezintă capitole în manuale (70,00% Book Chapter), 22 de lucrări constituie manuale (cărți) (21,00% Book), celelalte categorii fiind ne semnificative, figura 2.

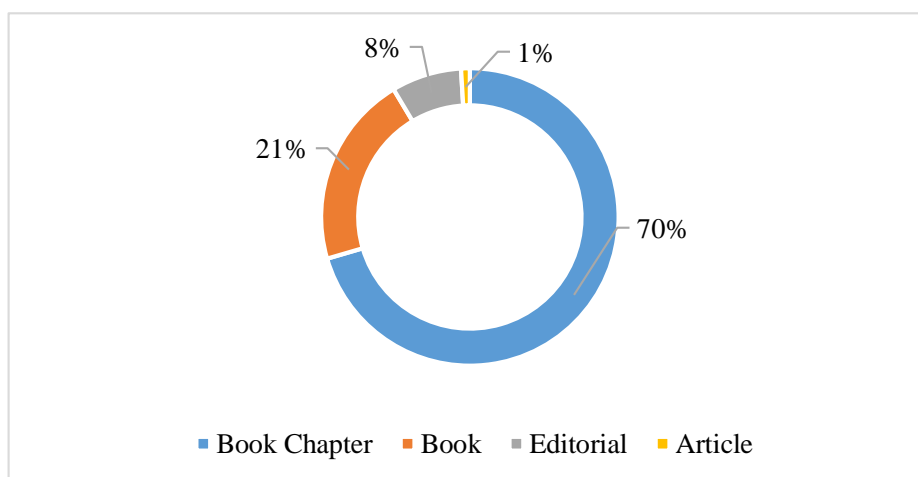


Figura 2. Clasificarea cercetărilor în funcție de categoria lucrărilor.

Sursa: elaborat de autor în baza rezultatelor căutării pe Scopus.

După tipul categoriilor acceptate de Scopus – 40 de lucrări (34,8%) au fost recenzate la categoria „Arts and Humanities”, 39 de lucrări (33,9%) la categoria „Social Sciences”, 19 lucrări (16,5%) – „Business, Management and Accounting” și 17 lucrări (14,8%) la categoria „Economics, Econometrics and Finance”, figura 3.

Problemele abordării industriei muzicale sunt examinate și susținute în lucrările unor savanți. Astfel, *Kanellopoulou E.*, tratează natura industriilor muzicale înainte și după revoluția digitală, din punctul de vedere al consumatorului, analizând modul în care „politica concurenței poate stimula inovația și poate proteja interesele consumatorilor pe piețele muzicale ale viitorului” [3, pp. 42-52].

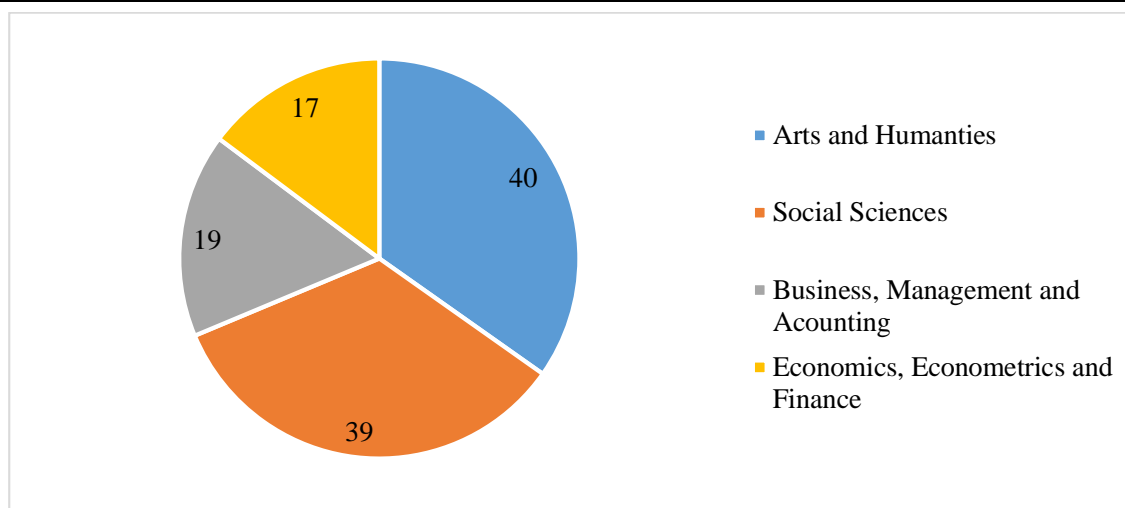


Figura 3. Clasificarea cercetărilor în funcție de tipul și categoria acceptate de Scopus.

Sursa: elaborat de autor în baza rezultatelor căutării pe Scopus.

În ultimii treizeci de ani, Europa de Est a fost un loc de transformări politice, economice și sociale radicale, iar aceste schimbări au afectat industriile muzicale din țările sale. Volumul intitulat „*Eastern European Music Industries and Policies after the Fall of Communism: From State Control to Free Market*”, al unor cercetători internaționali de top, precum: *Pluszynska A., Korzeniewska K., Kube S., Rayzhekiva G., Paoazova J., Barrer P., Barna E., Trifan E., Biasioli M.* și alții, explică și evaluează strategiile folosite de artiști și industrie pentru a intra pe piețele muzicale internaționale, caracteristice perioadei căderii comunismului și examinează „modul în care procesele au afectat scena muzicală, industriile și piețele” [4, pp. 196-206]. Aceste transformări au coincis cu apariția digitalizării și a internetului de rețea, care „a intensificat schimbările și a condus la diverse provocări atât pentru casele de discuri, cât și pentru artiști, materializate prin scăderea vânzărilor de discuri (fizice) și trecerea la tehnologii noi de comunicare” [4, pp. 135-150].

„Varianta globalizată a industriei muzicale” [1, pp. 72-75], cu cele mai multe caractere culturale și economice desăvârșite, este *industria muzicală occidentală*, care atins apogeul său structural-funcțional deoarece: în lanțul său valoric se atestă breșe și disfuncționalități iremediabile. Dilema dezvoltării industriei muzicale s-a tratat prin comparație și similitudine cu teoriile lui *Fukuyama F.*, cuprinse în lucrările „*Sfârșitul lumii și ultimul om*” [5] și „*Încredere: Virtuțile sociale și crearea prosperității*” [6]. Abordările lui *Fukuyama* facilitează disecarea și fragmentarea materialului cercetat încât, s-a constatat că, acele breșe apărute în lanțul valoric al industriei muzicale occidentale constituie și ele expresia „confruntării dintre *logica științei moderne și lupta pentru recunoaștere* care se desfășoară istoric în *patria culturii*” [5, p. 103]. Breșele industriei muzicale sunt provocate de „distanțarea inadmisibilă a *segmentului creativ*, al producerii, față de *segmentul consumatorului final*, din cadrul consumului” [6, pp. 21-29]. La rândul său, disfuncționalitățile structurale, îndeosebi cele de nivel local, pot fi interpretată ca și consecință a influenței externe directe, dar și ca urmare a consecvenței „*acumulării fără de sfârșit*” [5, p. 85]. Totodată, conform teoriilor lui *Fukuyama*, „pentru înțelegerea structurii industriale este crucial să evidențiem gradul de înzestrare cu capital social al unei societăți, implicațiile căruia depășesc sfera economiei” [6, p. 173].

Utilizând paradigma civilizațională a lui *Huntington S.*, evidențiem doi poli importanți: ansamblul de particularități etnice specifice unei culturi muzicale – *etnicitățile* [7], care stau la baza fenomenelor locale ale industriei muzicale și nu depășesc esențial granița statului

luat în parte și – *civilizațiile* [7]. Din șirul civilizațiilor: chineză, japoneză, latino-americană, hindusă, islamică și ortodoxă (rusă), *Huntington* o accentuează pe cea *occidentală*, considerând că aceasta „are interese importante în toate celelalte civilizații sau regiuni, realizează cele mai avansate cercetări tehnice și exercită autoritate morală considerabilă în celelalte societăți” [7, pp. 109-110]. Exercițarea acestei autorității, însoțită de posedare, administrare, control și dominare, generează confruntări civilizaționale sub formă de „conflicte *de falie* și conflicte dintre *state nucleu*” [5, pp. 295-296]. Estimarea culturală a acestor confruntări, precum și a consecințelor, a permis considerarea lor în calitate de *provocare externă majoră* cu impact asupra industriilor muzicale locale. Totodată, constatăm că, abordarea *huntingtoniană* oferă o panoramă clară, atât a lumii per general, cât și a industriei muzicale globalizate, în special. În opinia noastră, aceasta, facilitează distingerea a ceea ce este important de ceea ce nu este important în identificarea direcțiilor și modalităților de dezvoltare a industriei muzicale.

Ca urmare a celor menționate remarcăm „reticența culturii muzicale autohtone în raport cu industria muzicală globalizată” [1, pp. 72-75], drept fiind reflecția expresiei influenței externe, dar și tendință în procesul de reconfigurare a culturii muzicale din lume. Tendința reticenței culturale, de natură socio-dinamică dar autoconservatoare, se manifestată în plină criză a industriei muzicale prin ieșirea din anonimat a *civilizațiilor locale* și devine tot mai importantă, avansând în actualitate. Constatăm că, civilizațiile locale au fost formulate conceptual de mai mulți autori, printre primii însă *Efremov* îi consideră pe *Danilevskii* și *Spingler*, în monografia „*Борьба за историю*” [8]. Reticiența culturii locale ia amploare, în special la proximitatea structurală a civilizațiilor – *o altă teză*, esențială și importantă pentru interpretarea specificului industriei muzicale din RM.

Așadar, prin poziționarea sa geografică și nu doar „industria muzicală din Republica Moldova constituie o extremitate a civilizației occidentale, aflată în contact direct cu civilizația rusă (ortodoxă) și în contact îndepărtat cu celelalte civilizații” [1, pp. 72-75]. Deși, după revoluția digitală (2015), industria muzicală globală s-a virtualizat și a eliminat granițele civilizaționale, totuși din șirul contactelor îndepărtate, tangibile și intangibile, contactul cu civilizația islamică rămâne valid. În Republica Moldova acesta se realizează prin relația directă cu mediul cultural din Turcia, dar și prin prezența elementelor culturale islamice ale găgăuzilor ortodocși din UTA Găgăuzia a Republicii Moldova. În contextul abordării dilemei industriei muzicale globale, structura locală a industriei muzicale din Republica Moldova constituie un model excelent pentru cercetare. Rezultatul acestor explorări poate fi considerat reprezentativ și relevant, deoarece exemplifică specificul relației de asociere, prin combinarea a mai multor elemente civilizaționale: *occidental, est-european și autohton* [8]. Astfel, asocierea diferitor elemente civilizaționale are loc în cadrul producerii, iar combinarea se realizează în cadrul distribuirii, precum și a consumului produselor și serviciilor muzicale. Aceste procese se desfășoară pe terenul autohton și potent al Republicii Moldova, care „posedă propria identitate muzicală ce pretinde la competitivitate locală de peste 51%” [17, pp.33-40]. Aspectul sinergiei, asocierii și combinării în mai multe structuri locale, se datorează occidentalizării parțiale a industriilor muzicale ale țărilor, indiferent de poziționarea lor continentală, precum: Federația Rusă, Ucraina, Kazahstan, Azerbaidjan, Turcia, India, statele Americii Latine etc. Fundalul cultural, valoric și religios însă, a statelor menționate, rămâne păstrat împreună cu șansa lor ontologică.

În urma celor menționate, devine cert faptul că, actualul spațiu geografic, transcontinental și transnațional, în care funcționează structura extinsă a industriei muzicale

globale, este unul de natură civilizațională. O civilizație care este deja creată de omul și definită de *Wilson E.*, drept „civilizația războiului stelelor – cu emoții caracteristice Epocii de Piatră, cu instituții publice specifice Evului Mediu și cu tehnologii avansate destinate Zeilor” [9, pp. 10-11]. Paradigmă civilizațională evidențiază la modul concret elementele și caracterul dilemei noastre: *emoțiile, instituțiile și tehnologiile*. Cu ajutorul acestor trei elemente, ale paradigmei *wilsoniene*, s-a grupat factorii în calitate de componente ale influenței externe. În sensul oportunității, pe lângă teoriile deja menționate, s-a completat șirul tezelor introductive cu abordările complexe ale altor autori, precum: *Evola I., Toybee A., Spengler O., Eliade M., Danilevskii N., Guenon R., Milton J.*, ș.a. Deși, cercetătorii menționați nu fac referință directă la etapa actuală a industriei muzicale, considerăm conținutul acestor opere fiind actual și relevant, deoarece și „transformarea activității muzicale în industrie a constituit un proces de durată (1850-1950)” [18, p. 60].

Așadar, pentru identificarea soluțiilor în dilema industriei muzicale, operăm cu teoriile lui *Evola*, conform căreia „civilizațiile comunică prin analogie și nu prin continuitate, iar trecerea de la o civilizație la alta, reprezintă în sine o soluție” [10, p. 31]. În acest sens, una din cauzele principale ale crizei industriei muzicale occidentale este „luarea în considerație a componentei materiale și celei tehnologice prin neglijarea componentei spirituale” [18, p. 32]. Drept rezultat certificăm că și produsele și serviciile industriei muzicale gândite și fabricate în serie nu arată ca „o expresie vizibilă a invizibilului, ci apar în față consumatorului ca un caleidoscop” [10, p. 33].

Totodată, asemănător tratării lui *Guenon*, în lucrarea „*Criza lumii moderne*” și în cazul industriei muzicale occidentale, trebuie „să punem lucrurile la punct de la bun început, pentru a evita interpretările echivoce” [11, p. 139]. În aceeași ordine de idei, soluția rezidă în esența problemei; care este, conform teoriilor lui *Guenon*, goana pentru a „reduce calitatea la cantitate” [11, p. 143].

Cercetând industria muzicală în calitate de „constructul industrial, muzical și transnațional care dezvoltă o piață oligopolistică, standardizată și reglementată” [19, pp. 21-29], trasăm cele mai importante aspecte ale reconfigurării normative și financiare, fiind concentrate în portofoliul a trei entități majore: *Universal Music Group* – 33%, *Sony Music Entertainment* – 22% și *Warner Music Group* – 20% [19, pp. 21-29]. Totodată, indicele *Herfindahl Hirschman (IHH)*, care măsoară concentrarea pieței unei industrii, indică valoarea de 2.103, ceea ce denotă „imperfecțiunea pieței industriei muzicale și incorectitudinea în raport cu consumatorul de produse și servicii muzicale” [19, pp. 21-29]. Relația asociată tehnosocio-culturală este, în primul rând, expresia influenței externe tehnologice, care va fi abordată ulterior, inclusiv intervenția fațetei ingerinței artificiale în segmentul creativ al producerii. Inițial însă, operăm cu tezele lui *Toybee*, pentru a localiza, dar și a amplifica rolul transformator al *intelligenței* [13] care după noastră constituie „o clasă de agenți de legătură ce cunoaște meșteșugul civilizației și urmează să fie adaptată atât cât este nevoie pentru ca să-i îngăduie propriei lor civilizații, prin intermediul lor, să se încadreze într-un mediu social nou. În acest mediu nou, viața încetează să mai fie trăită conform vechilor tradiții locale și ajunge să fie din ce în ce mai mult trăită conform civilizației în expansiune” [13, p. 526].

4. Rezultate și Discuții

Abordarea influenței externe asupra industriei muzicale, în condițiile anului 2022, cât și pentru perioada imediat următoare, reprezintă o procedură dificilă a cercetării, reieșind din mai multe considerente.

În primul rând, granițele teritoriale ale industriei muzicale globale sunt greu de stabilit, deoarece reprezintă „un business transnațional, gestionat în diferite state cu cadru normativ diferit, cu grad de industrializare diferit” [1, pp. 72-75] și aparținând diferitor civilizații. Astfel, industriile muzicale ale unor state pot fi centre de influență care elaborează politici, le implementează și reglementează fluxurile financiare, iar alte industrii, ale statelor proximale (satelit) sunt consumatoare de produse standardizate. Ele furnizează materie primă și semifabricate muzicale, mai rar, creează și produc materie muzicală finită. În plus, unele *etnicități* ale unor state mai sunt încă potente pentru industria muzicală și dezvoltă centre de creativitate, altele însă și-au epuizat iremediabil etnicitatea, oprindu-se. În sensul acestui considerent, *Wilson* susține că „creativitatea este căutarea firească, umană, a originalității care nu trebuie să se oprească niciodată” [9, p.11]. Etimologic, termenul creativitate provine din latinescul „creare” – a naște, a zămisli, a crea, a făuri. Termenul a fost folosit în literatura de specialitate de psihologul american G. Allport, în 1937, – *creativity*, cu sensul de „capacitate de a genera noul, dispoziție generală a personalității” [12, pp. 240-248].

În al doilea rând, industria muzicală este un construct în metamorfoză continuă, care mai produce și distribuie muzică fixată pe suporturi fizice, dar, totodată cunoaște o ascensiune a distribuției digitale și a consumului muzical virtual. În această ordine de idei, este considerat că virtualizarea distribuției muzicale a exaltat și a exacerbât prin lansarea pe piață a *NFT-urilor*¹, fiind noua dimensiune a expresiei artistice a interpreților și a operelor muzicale create de inteligența artificială. Această tendință se atestă și în alte domenii comerciale, de aceea remarcăm că, industria muzicală este influențată de factori comuni și pentru alte industrii performante.

Din șirul considerentelor, cel mai important însă, este – *tipul corelației*, în sensul raportului la care s-a ajuns în cadrul procesului de influență externă, fapt prezentat în figura 4.

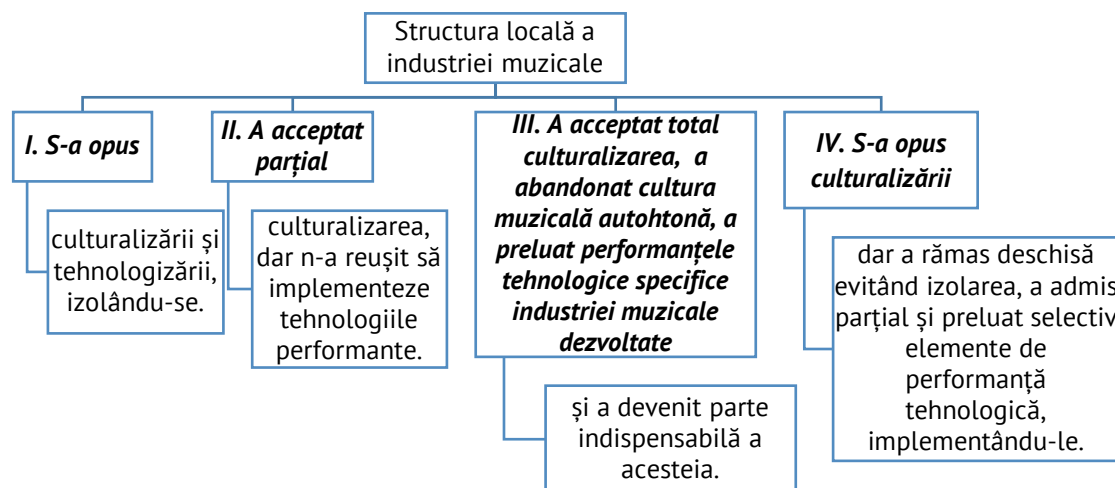


Figura 4. Tipuri de corelație între industria muzicală locală și industria muzicală globală.

Sursa: elaborat de autor în baza rezultatelor cercetării.

Din figura prezentată, derivă că dificultatea cercetării dilemei industriei muzicale globale este elucidată în cadrul a *patru tipuri ale corelației între industria muzicală locală și*

¹ Tehnologie ce funcționează pe baza criptomonedelor (jeton nefungibil), fiind un gen de autograf virtual ce îi permite operei în urma replicării să-și păstreze dovada deținerii originalității. În industria muzicală, pionerii NFT-ului sunt trupa Kings of Leon, care și-a vândut albumul *When You See Face*, iar producătorul de muzică electronică 3LAU a vândut piese în sumă de peste 11 milioane dolari. În România, prin intermediul NFT-urilor, interpreta Delia a vândut primele 100 exemplare a piesei *Racheta*.

industria muzicală globală (I-IV). Cele patru tipuri de corelații le stabilesc și le dezvoltă țările (state solitare sau grupuri de state, uniuni), sub influența *culturalizării și tehnologizării*. Spre deosebire de abordările *Toybee* [13-14] și *Huntington* [7], în această cercetare și pentru perioada de referință a ei, prin culturalizare se presupune acțiunea de răspândire a culturii muzicale occidentale, iar prin tehnologizare se înțelege oferirea caracterului tehnologic și industrial oricărei arte, inclusiv celei muzicale.

Așadar, analiza provocărilor externe și a elementelor care exercită influență directă și indirectă asupra industriei muzicale, precum și abordarea prin prisma considerentelor, dar și a tezelor introductive, a permis identificarea și gruparea constituentelor influenței externe în cadrul a trei factorii importanți: *factorul cultural*, *factorul tehnologic* și *factorul macroeconomic*, fapt prezentat în figura 5.

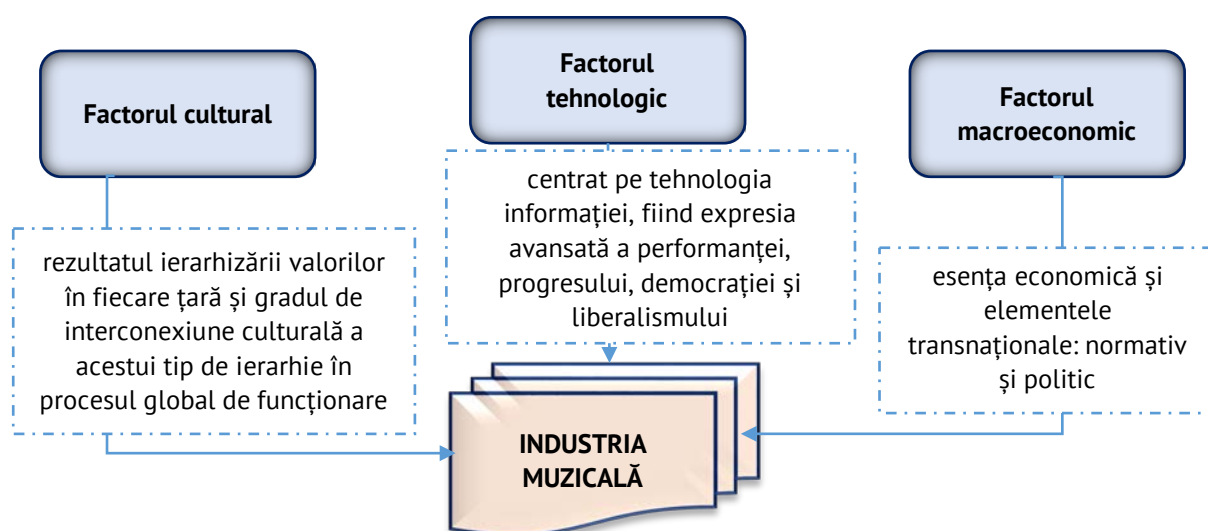


Figura 5. Factori externi de influență asupra industriei muzicale.

Sursa: elaborat de autor.

Factorul cultural presupune atât influența asupra industriei muzicale a rezultatului ierarhizării valorilor în fiecare țară luată în parte, cât și gradul de interconexiune culturală a acestui tip de ierarhie în procesul global de funcționare. În acest sens, „nivelul de libertate și de democratizare în diferite țări, gradul de urbanizare și industrializare a acestora, nivelul de educație și numărul de instituții muzicale, precum și accesul la informația echidistantă sunt nuanțe importante care oferă factorului cultural, caracter civilizațional autohton” [1, pp. 72-75]. Un rol important în maniera de influență a factorului cultural îl are și diferendul interpretării tradiționale sau progresiste a lumii, îndeosebi tratarea activității de creație muzicală prin prisma metafizică. Statele care pot influența piața industriei muzicale globale, structura sau subcomponentele funcționale, sunt cele care:

- posedă tehnologii performante, pe de o parte, și perpetuează propria tradiție muzicală pe de alta parte;
- dezvoltă sisteme educaționale muzicale de performanță;
- favorizează activitatea criticilor și muzicologilor notorii;
- promovează personalități din domeniul muzicii și generează somități culturale;
- dezvoltă atitudine publică, cercetează domeniul și implementează politici culturale adecvate.

În acest context, influența factorului cultural poate favoriza o poziție dominantă în circuitul global al industriei muzicale sau cel puțin, poate asigura protecția industriei

muzicale autohtone supusă dominării, garantându-i o oarecare autonomie, conservare și perpetuare a valorilor muzicale naționale.

La rândul său, *factorul tehnologic* este centrat pe tehnologia informației, fiind expresia avansată a performanței, progresului, democrației și liberalismului. Actualmente, factorul tehnologic este o metamorfoză tehnosocială care s-a poziționat în cadrul industriei muzicale în calitate de instrument social principal de masă. Considerăm că, *naturalizarea socială* a factorului tehnologic, eterogen la prima vedere, a permis utilizarea masivă a instrumentelor sociale de cercetare caracteristice sociumului, precum segmentarea demografică, abordarea conduitei psiho-sociale etc., în scopul creșterii profitabilității entităților beneficiare. Astfel, într-o societate urbană, ascultarea muzicii are loc în mijloacele de transport, în birouri la calculator sau la domiciliu prin căști conectate la telefonul mobil. Factorul tehnologic intervine eficient și în dependență de perioada zilei în care sociumul simte nevoia de a asculta muzică: dimineața la o cafea, la prânz la serviciu, seara în dormitor sau după miezul nopții în club. Contează la fel și statutul social ori starea amoroasă a ascultătorului. În acest sens, menționăm că diferiți consumatori au așteptări diferite de la serviciile și produsele muzicale: unii simt nevoia distracției, alții necesitatea comunicării, iar ceilalți își doresc muzică pentru ambianță. În rezultatul acestei influențe externe, ca și impact, produsele muzicale pot motiva sau pot lăsa indiferent ascultătorul. Ponderea ascultătorului de muzică din totalitatea consumatorilor de produse și servicii artistice este diferită în diferite circumstanțe sociale și tehnologice, precum și în diferite zone civilizațional-geografice sau state.

În contextul „consumatorului interesat de muzică” [19, pp. 21-29], conform *Nilsen (2017)*, în S.U.A. s-a atestat o pondere a ascultătorului de muzică de cca 95%, iar în Canada de cca 93% [2]. Conform datelor *Levada-Centr (2018)*, în Federația Rusă ascultătorii de muzică reprezintă cca 75%, dintre care o parte considerabilă preferă muzica clasică, tot ei citesc și cărți. Prin contribuția consumatorului final, conform *Global Music Report, Annual State of The Industry /IPFI, (2020)*, veniturile, în urma ascultării și descărcării fișierelor muzicale, au crescut (față de anul 2019): în America Latină, cu cca 15,9%; în Africa, cu cca 8,4%; în Asia, cu cca 9,5%, iar în Australia, cu cca 3,3% [2].

Factorul macroeconomic, pe lângă esența economică, comportă în sine alte două elemente transnaționale: normativ și politic, elemente care și-au pierdut calitatea de factor extern independent. Asemănător factorului macroeconomic care a înglobat politicul și juridicul, limitându-le independența și factorul tehnologic a avansat spre ingerarea factorului cultural. Actualmente însă, este oportun de interpretat acești doi factori independent unul de altul. Elementul normativ al factorului macroeconomic presupune standardizarea și valorificarea legală a proprietății intelectuale, dar și aspecte importante ale armonizării interstatale, exemplificat prin aplicarea în Uniunea Europeană a *Regulamentului UE nr. 386 [16]*, care impune statelor membre să informeze structurile abilitate ale UE cu privire la politicile acestora privind asigurarea respectării drepturilor de proprietate intelectuală, precum și să furnizeze date statistice privind încălcarea drepturilor de proprietate intelectuală și informații privind jurisprudența [16].

Influența politică raportată la actuala industrie muzicală globală a căpătat aspect geopolitic, factorul macroeconomic fiind de facto confluența firească a trei factori externi: economic, juridic și politic. Apropierea și concreșterea acestora s-a materializat și reprezintă deja un rezultat: al implementării politicilor culturale progresiste, al globalizării și multiculturalismului, al actualizării agendei mișcării ecologiste etc. Totodată, acesta este expresia specificității transnaționale a managementului în afacerile moderne.

Factorul macroeconomic influențează negativ atât producerea și consumul muzical local, cât și producerea și consumul nemuzical local. În acest sens, exemplul României este evident: „în anul 2017, Comisia Europeană a decis împotriva României procedura de infringement, anulând norma națională și interzicând marilor comercianți și lanțuri de supermarketuri să mai achiziționeze cel puțin de 51% de producție românească autohtonă, în special: fructe, legume, miere, lactate, făinoase, ouă, carne etc. (Legea României, nr.321/2009 și nr. 150/2016) [15], punând astfel în pericol fezabilitatea, competitivitatea și durabilitatea economiei românești.

Majoritatea industriilor naționale nu posedă mecanisme interne suficiente și eficiente de protecție și promovare a produselor și serviciilor muzicale autohtone. În acest context, sunt considerate excepție țările G-20 care dețin cca 80% din comerțul mondial și 90% din PIB-ul mondial [20]. Astfel, numeroase industrii muzicale locale, devenind părți componente ale industriei muzicale globale, cedează piața internă în favoarea produselor și serviciilor muzicale de import. În acest sens s-a analizat „balanța comercială negativă a industriei muzicale din Republica Moldova” [17]. Astfel, valorificarea la radio și TV a „producției muzicale autohtone (2015-2020) a fost de cca 38%, ceea ce denotă că, cca 62% din aceste remunerații bănești (de autor și conexe), acumulate pe teritoriul Republicii Moldova, ar urma să fie virate altor destinatari din alte țări” [17, pp.33-40]. Acest fapt asigură persistența în industria muzicală moldovenească a unei balanțe comerciale negative. Totodată, piața muzicală a Republicii Moldova a fost cedată în consecința intrării în vigoare a noului Cod al serviciilor media audiovizuale al Republicii Moldova nr. 174/2018, deoarece, simultan au fost abrogate Deciziile Consiliului Coordonator al Audiovizualului (CA) nr.51/12.04.2007 și nr. 118/11.07.2013, care stabileau obligativitatea difuzării radio și TV a 30% de producție muzicală autohtonă” [21]. Cedarea spațiului audio-vizual s-a produs în condițiile în care dimensiunea online a industriei muzicale din Republica Moldova este totalmente nereglementată; nu există nicio companie locală care ar monetiza sau ar oferi servicii digitale în favoarea autorilor, interpreților și producătorilor locali, iar licențierea online a utilizatorilor, de către Organizațiile locale de Gestiune Colectivă, este defectuoasă. Perpetuarea unui astfel de model de industrie muzicală locală, duce inevitabil la epuizarea centrelor de creativitate muzicală.

Investigarea cvasi economică și cvasi culturală a factorilor externi demonstrează că, *digitalizarea și virtualizarea* industriei muzicale, ca și părți componente ale procesului de digitizare a economiei mondiale, reprezintă aspecte expresive importante ale tendințelor interne. Iar, *reticența culturii muzicale locale* constituie expresia potenței etnicității. Astfel, tendințele interne se interpretează în contextul atingerii obiectivului comercial al activității muzicale. În acest sens, industriei muzicale globale i se obiectează următoarele: ajungerea la cât mai mulți consumatori; epuizarea stocului și asigurarea supraprofitului; desfășurarea proceselor repede, repetat, cu amploare și în ascensiune; realizarea furnizării masive și eficiente. Prin prisma obiectivului comercial, tendința de digitalizare a producerii a favorizat virtualizarea consumului, ambele aspecte fiind elemente remarcabile ale industriei muzicale pentru perioada post pandemică (2022). Aceste tendințe ale dezvoltării industriei muzicale globale continuă, îndeosebi prin intermediul tehnologiei performante și, sunt omniprezente, pervazive și suspecte. În industria muzicală virtualizarea depășește limita mediatizării și promovării acceptabile, transformându-se în propagare intenționată.

În sens culturologic, dinamica sporită a industriei muzicale globale, inclusiv aspectul fulminant *de virus* nu ține de esența mesajului muzical, de componenta valorică a produselor

și serviciilor sau de axiologia proceselor, ci este consecința explorării progresiste a spațiului digital, actualmente reglementat insuficient. Distribuirea digitală fulminantă reprezintă un fenomen produs în circumstanțe de interferență mediatică digitală sporită a lanțurilor social media. În rezultatul virusării spațiului de distribuție crește cererea, care la rândul său provoacă micșorarea duratei de luare a deciziei. Acest procedeu marketologic „grăbește transformarea consumatorului țintă în consumator final” [19, pp. 21-29]. Tendințele interne noi ale industriei muzicale globale, de rând cu reformatarea unor subcomponente structurale, se amplifică în dependență de relaționarea sa cu instituțiile și organizațiile sociale, economice, politice și culturale asociate industriei muzicale. Deși aceste entități nu sunt considerate parte a structurii interne, acestea constituie la rândul lor un alt factor de influență externă.

5. Concluzii

Cercetările efectuate în domeniul industriei muzicale au permis formularea următoarelor concluzii:

1. Analizând literatura de specialitate, s-a constatat existența diverselor abordări privind dezvoltarea industriei muzicale. Fiecare abordare caracterizează industria muzicală dintr-un anumit aspect. Astfel, deducem că, actualul spațiu geografic, transcontinental și transnațional, în care funcționează structura extinsă a industriei muzicale globale, este unul de natură civilizațională. Paradigmă civilizațională evidențiază la modul concret elementele și caracterul dilemei noastre: *emoțiile, instituțiile și tehnologiile*.

2. Dificultatea cercetării dilemei industriei muzicale globale este elucidată în cadrul a patru tipuri ale corelației între industria muzicală locală și industria muzicală globală, care sunt stabilite și le dezvoltă țările sub influența culturalizării și tehnologizării.

3. Totalitatea provocărilor acostate din afara structurii industriei muzicale generează tendințe interne noi în dezvoltarea industriei muzicale locale, caracterizându-se prin trei factori externi: cultural, tehnologic și macroeconomic. Astfel, factorii externi constituie expresia, iar tendințele interne reprezintă reflecția acestei expresii.

4. Expresia influenței factorilor externi se reflectă prin evidente tendințe interne ale industriei muzicale, precum: digitalizarea, virtualizarea, epuizarea centrelor de creativitate muzicală și reticența culturii muzicale autohtone în raport cu industria muzicală globalizată.

5. La baza dezvoltării industriei muzicale globale stă asocierea și combinarea factorilor cu tendințele, care dezvoltă relații specifice - *de dilemă* și, necesită cercetare suplimentară. Totodată, dimensiunea transcontinentală și transnațională a industriei muzicale poartă caracter civilizațional, astfel încât dilema dezvoltării industriei muzicale, în condițiile anului 2022 și în perioada imediat următoare, constă în identificarea unei noi direcții de dezvoltare sau perpetuarea precedentei.

Conflicte de Interes. Autorul nu declară niciun conflict de interese.

Referințe

1. Badicu, I. Reticența culturii muzicale autohtone în circumstanțele industriei muzicale globalizate. În: „Тенденції та перспективи розвитку науки і освіти в умовах глобалізації”, Матеріали Міжнародної науково-практичної інтернет-конференції. Ucraina, Переяслав, Вип. 81. 29 квітня 2022 року; 72-75 с. Disponibil online la: <https://d6scj24zvfbo.cloudfront.net/12ac69b5c0bec343f11779551473023e/200000458-35e8f35e91/%2081-9.pdf?ph=0a30397da1>
2. IPFI – representing recording industry worldwide. Disponibil online la: <https://www.ifpi.org/ifpi-issues-annual-global-music-report-2021/> (accesat la 12.05.2022).

3. Kanellopoulou, E. Competition Policy and the Music Industries. A Business Model Perspective; Publisher: London, Routledge, 2021; 200 p. <https://doi.org/10.4324/9780429281419>
4. Galuszka, P. Eastern European Music Industries and Policies after the Fall of Communism: From State Control to Free Market; Publisher: Poland, Taylor and Francis, 2021; 213 p.
5. Fukuyama, F. Sfârșitul lumii și ultimul om. Editura: București, Paideia, 1994; 351 p.
6. Fukuyama, F. Încredere: Virtuțile sociale și crearea prosperității; Editura: Prahova, Antet Press, 2009; 194 p.
7. Huntington, S. Ciocnirea civilizațiilor și refacerea ordinii mondiale; Editura: București, Litera, 2012; 670 p.
8. Efremov, A. Bor'ba za istoriju. Konceptija Danilevskogo v ocenke sovremennikov; Izdatel'stva: Moskva, Pashkov Dom, 2006; 168 c. (In Russian).
9. Wilson, E. Originile creativității umane; Editura: București, Humanitas, 2019; 196 p.
10. Evola, I. Tradiția hermetică: Simbolurile ei, doctrina și „Arta Regală”; Editura: București, Humanitas, 1999; 284 p.
11. Guenon, R. Criza lumii moderne; Editura: București, Herald, 2022; 192 p.
12. Dașevschi, V. Improvizatia de jazz. Scurtă trecere în revistă a ghidurilor teoretico-metodologice de bază. În *Studiul artelor și culturologie: istorie, teorie, practică*, Ed. Notograf Prim, Chișinău, 2017, 2 (32), pp. 244-248.
13. Toynbee, A. Studiu asupra istoriei, sinteza volumelor I-VI, de Somervell. Ed. Humanitas, București, 1997, 761.
14. Toynbee, A. Studiu asupra istoriei, sinteza volumelor VII-X, de Somervell. Ed. Humanitas, București, 1997, 542 p.
15. Forbes, Romania. Comisia europeană a declanșat o procedură de infringement împotriva României și Ungariei pentru legislația din comerțul cu alimente din supermarketuri. Disponibil online la: <https://www.forbes.ro/comisia-europeana-declansat-o-procedura-de-infringement-impotriva-romaniei-si-unagarie-pentru-legislatia-din-comertul-cu-alimente-supermarketuri-77243> (accesat la 03.07.2022).
16. Regulamentul (UE) nr. 386/2012 al Parlamentului European și al Consiliului din 19 aprilie 2012 privind atribuirea către Oficiul pentru Armonizare în cadrul Pieței Interne (Mărci, desene și modele industriale) a unor sarcini legate de asigurarea respectării drepturilor de proprietate intelectuală, inclusiv reunirea reprezentanților sectorului public și privat în cadrul Observatorului European al Încălcărilor Drepturilor de Proprietate Intelectuală. Disponibil online la: <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/ro/TXT/?uri=CELEX:32012R0386> (accesat la 22.06.2022).
17. Badicu, I. 51% de muzică autohtonă: imperativ cultural și normă juridică pentru dezvoltarea industriei muzicale din Republica Moldova. *Intellectus* 2022, 1, pp. 33-40. DOI: <https://doi.org/10.56329/1810-7087.22.1.03>.
18. Badicu, I. Transformarea activității muzicale în industrie: rolul cultural și miza economică a invențiilor. *Intellectus* 2021, 1-2, pp. 57-60.
19. Badicu, I. The Influence of the Digital Economy Development on the Global Music Industry. *European Journal of Accounting, Finance & Business* 2022, 10 (1), pp. 21-29. DOI: 10.4316/EJAFB.2022.1013.
20. World Economic Forum, The Future of Jobs Report 2020. Published: 20 October 2020. Disponibil online la: <https://www.weforum.org/reports/the-future-of-jobs-report-2020/> (accesat la 21.05.2022).
21. Badicu, I. Dimensiunea autohtonă a proprietății intelectuale: aspecte ale industriei muzicale. În: *Simpozionul științifico-practic „Lecturi AGEPI”*. Chișinău, 19 aprilie 2022. Disponibil online la: <https://www.youtube.com/watch?v=TwmbmjHJmm8>.

Citation: Badicu I. The dilemma of music industry development: external factors and internal trends. *Journal of Social Sciences* 2022, 5 (3), pp. 155-167. [https://doi.org/10.52326/jss.utm.2022.5\(3\).12](https://doi.org/10.52326/jss.utm.2022.5(3).12).

Publisher's Note: JSS stays neutral with regard to jurisdictional claims in published maps and institutional affiliations.



Copyright: © 2022 by the authors. Submitted for possible open access publication under the terms and conditions of the Creative Commons Attribution (CC BY) license (<https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/>).

Submission of manuscripts:

jes@meridian.utm.md