

<https://doi.org/10.38190/ope.12.2.2>

Pregledni rad / Review article

ANALIZA UDJELA PRIHODA OD SINKRONIZACIJE I AUTORSKIH PRAVA U GLOBALNOJ GLAZBENOJ INDUSTRIJI

doc. dr. sc. **Joško Lozić**
Sveučilište Sjever
Trg Žarka Dolinara 1, Hrvatska
E-mail: jlozic@unin.hr

dr. sc. **Katerina Fotova Čiković**
Sveučilište Sjever
Trg Žarka Dolinara 1, Hrvatska
E-mail: kcikovic@unin.hr

dr. sc. **Damira Keček**
Sveučilište Sjever
Trg Žarka Dolinara 1, Hrvatska
E-mail: dkecek@unin.hr

SAŽETAK

Cilj rada je analiza prihoda globalne glazbene industrije u kontekstu udjela prihoda koji su ostvareni sinkronizacijom i autorskim pravima. Glede metodologije, rad se temelji na analizi financijskih podataka o prihodima pojedinih kategorija glazbene industrije. Temeljno istraživanje usmjereno je analizi prihoda od streaminga glazbenih sadržaja, autorskih prava i sinkronizacije, odnosno analizi prihoda nove medijske industrije, koji su rezultat tehnološkog napretka u proizvodnji i distribuciji medijskog sadržaja. Rezultati istraživanja ukazuju na mali udio prihoda od sinkronizacije i autorskih prava u ukupnim prihodima glazbene industrije, dok su prihodi od streaminga postali dominantni prihodi glazbene industrije. Istovremeno, digitalna transformacija medija i poslovanja značajno je utjecala na pad prihoda od fizičkih nosača zvuka, što je rezultat razvoja tehnologije i pripadne promjene navika korisnika. Zaključno, digitalna transformacija glazbene industrije omogućila je ostvarivanje prihoda iz novih oblika komodizacije glazbenog sadržaja. Usprkos opće prihvaćenom narativu o digitalnoj transformaciji koji bi fokus prihoda okrenuo prema autorskim pravima i sličnim oblicima komodizacije prava, najveći dio prihoda ostvaruje se od streaminga, dok su prihodi od prodaje fizičkih nosača zvuka još uvijek drugi najveći prihod glazbene industrije.

Ključne riječi: autorska prava; digitalna transformacija; glazbena industrija; sinkronizacija; streaming

1. UVOD

Digitalna transformacija poslovanja značajno je utjecala na promjenu strukture prihoda glazbene industrije. Razvoj tehnologije, a posebno streaming industrija, omogućili su slušanje glazbe u pokretu, odnosno u svim životnim situacijama. Time je dokinut monopol fizičkih nosača zvuka. Prijelaz stoljeća obilježio je Napster, kao i široko prihvaćeno piratstvo, koje je ugrozilo temeljne postavke lanca vrijednosti globalne glazbene industrije. Digitalna transformacija poslovanja te konvergencija različitih platformi za korištenje digitalnih sadržaja potpuno su promijenili menadžersku paradigmu izgradnje prihoda u glazbenoj industriji (Ryan, 2019). Prihodi od prodaje fizičkih nosača zvuka kontinuirano su opadali, a pojavili su se prihodi ostvareni prodajom digitaliziranih sadržaja te autorskih prava. Razvoj digitaliziranih platformi i konvergencija sustava omogućili su lakšu distribuciju i dostupnost medijskih sadržaja (Parker i dr., 2016; Moazed & Johnson, 2016). Distribucija sadržaja na medijskim platformama omogućila je korištenje efekta nultog marginalnog troška (Rifkin, 2015), što je značajno smanjilo troškove distribucije te izravno utjecalo na razvoj tehnologije streaminga medijskog sadržaja. Promjene navika potrošača te razvoj postmodernog društva, a posebno navike Generacije Z (Seemiller & Grace, 2019), dale su poticaj distribuciji medijskih sadržaja u modelu streaminga, ali isto tako značajno su utjecale na rast prihoda u kategorijama Autorska prava i Sinkronizacija.

2. PREGLED LITERATURE

Promjena društvene i menadžerske paradigme u globalnoj glazbenoj industriji dovela je u središte analize istraživanje strukture prihoda od različitih prava koje ostvaruju vlasnici glazbenih matrica. Takav oblik prihoda, koji se ostvaruju na temelju prava na vlasništvo, Christophers (2020) naziva „bilančni kapitalizam“. Za njega je riječ o novom obliku „rentijerizma“ iz najranijih faza kapitalizma. Vlasništvo nad glazbenim pravima predstavlja nematerijalnu imovinu, koja globalnim glazbenim korporacijama omogućava povećanje tržišnog utjecaja. S jedne strane, vlasništvo osigurava ograničavanje prava na pristup glazbenim sadržajima zainteresiranim subjektima koji nisu spremni platiti konzumaciju sadržaja, a s druge strane omogućava komodizaciju stečenih prava te razvoj monopol-ske pozicije unutar glazbene industrije (Durand & Milberg, 2020). Cilj je vlasništva nad pravima, kao oblika intelektualnog vlasništva, stvoriti umjetni monopol nad tom imovinom, kako bi se omogućilo stvaranje monopolskih renti, odnosno iznadprosječnih profitnih marži (Montgomery & Potts, 2009). Pagano (2014) ovaj oblik naziva „intelektualnim monopolističkim kapitalizmom“, kod kojeg se monopol ne temelji samo na tržišnoj snazi koja proizlazi iz vještina i sposobnosti upravljanja, već i na zakonskom monopolu nad glazbenim sadržajima koji se komodificiraju na tržištu. Ovaj novi model ostvarivanja financijskih dobitaka Boldrine i Levine (2002) najavljuju već početkom stoljeća, razvijajući tezu o intelektualnom monopolu koji podrazumijeva kontrolu naknadne upotrebe sadržaja kao prodaje „licenčnih prava“, za razliku od prava na posjedovanje i prodaju glazbenog nosača zvuka.

Skidanje i korištenje digitalnih glazbenih sadržaja dokinuto je i zamijenjeno s tehnologijom streaminga. Danas su u sve uključene društvene mreže, a streaming servisi imaju podcaste i druge oblike medijskih usluga, koje se kontinuirano razvijaju. Korisnicima glazbenih

sadržaja društvene mreže omogućavaju dodatne oblike interakcije glazbenih sadržaja, što je posebna prilika za oglašivače, odnosno za komodizaciju svih proizvoda i brendova povezanih s glazbenom industrijom (Smith, 2019). Iako korisnici usluga streaminga imaju pristup resursu koji se naizgled ne iscrpljuje (glazbeni sadržaj na streaming platformi), „režim autorskih prava koristi se kao alat za stvaranje umjetne oskudice“ i na taj se način izgrađuju umjetne monopolske rente, kako bi se zaštitila ranije kupljena i uskladištena, nematerijalna imovina (Meier & Manzerolle, 2019). Streaming platforme posluju na tržištu koje ima karakteristike snažne oligopolističke industrije s vrlo malim brojem korporacija koje raspoložu vlasničkim pravima. Razvoj digitalnih platformi za distribuciju glazbenih sadržaja izazvao je različite tvrdnje o nefleksibilnoj strukturi i organizacijskoj inerciji globalnih glazbenih korporacija te uveličavanju njihove stvarne moći (Negus, 2019). Istraživanja financijskog poslovanja globalnih glazbenih streaming platformi nije podržalo tvrdnje o neefikasnosti i uveličavanju moći globalnih glazbenih korporacija (Lozić i dr., 2022). Primjerice, u slučaju Spotifyja, tri velike korporacije zajedno kontroliraju oko dvije trećine njegovog kataloga glazbenih sadržaja; u kombinaciji s Merlinom – agencijom za digitalna prava za nezavisne izdavačke kuće s članstvom 20.000 nezavisnih izdavačkih kuća i distributera – četiri organizacije „drže prava“ za glazbu koja čini 87 % glazbenog sadržaja platforme Spotify (Simon, 2019). Streaming platforme, kao što su Spotify i Apple Music, brzo su se transformirale iz nišne alternative u dominantan način distribucije glazbe i tijekom prihoda glazbene industrije (Webster, 2019). Ono za što su streaming platforme najviše zaslužne upravo je temeljita promjena poslovnog modela, te napuštanje organiziranog tržišta kupnje i prodaje fizičkih nosača zvuka u korist prodaje pretplate na platformi (Hracks & Webster, 2021). Temeljni odnos unutar glazbene industrije čini odnos između izvođača i njegove publike. S razvojem digitaliziranog načina proizvodnje i distribucije glazbenog sadržaja, taj odnos postaje temeljni diskurs proučavanja (Hagen). Uz to, Baym (2019) naglašava važnost promjene tehnologije, jer kako se mijenja tehnologija, mijenja se i dijalektička dinamika koja određuje odnose između umjetnika i publike. Tehnologija preoblikuje model interakcije između umjetnika i publike te kontinuirano vrši pritisak na promjenu modela interakcije (Baym, 2019). Platforme prikupljaju podatke o posjećenosti, kao i o drugim aktivnostima korisnika, a ti podaci su jako vrijedna imovina (Srnicsek, 2017), odnosno imovina koja je lako utrživa te se kontinuirano prodaje oglašivačima (Drott, 2018). Prodaja podataka o glazbenim ukusima korisnika, kao i drugih podataka koji su s tim u svezi, čini sve veći dio prihoda glazbenih streaming platformi, koje u tome smislu surađuju i s najvećim društvenim mrežama.

Zaokret od prodaje fizičkih nosača zvuka k prodaji pretplate na streaming servise, a posebice prikupljanje i prodaja podataka u modelu „big-data“ obrade, dokazuju značajnu promjenu lanca vrijednosti u odnosu na klasičnu medijsku industriju (Lozić, 2017). U radu se analizira upravo struktura prihoda u novom lancu vrijednosti globalne glazbene industrije, u kontekstu prihoda od streaminga te prihoda od sinkronizacije i autorskih prava. Prihodi od sinkronizacije i autorskih prava, odnosno novi model stvaranja prihoda temeljnih na vlasništvu ili kako smo već spomenuli novi oblik „bilančnog kapitalizama“, novi je oblik stvaranja prihoda medijske industrije u postindustrijskom društvu.

3. METODOLOGIJA I ISTRAŽIVAČKA PITANJA

U istraživanju i analizi strukture prihoda globalne glazbene industrije korištena su izvješća agencije IFPI, koja je specijalizirana za globalnu glazbenu industriju te svake godine objavljuje službeno izvješće pod nazivom „Global music report – State of the industry“. Uz službeno izvješće agencije, korišteni su znanstveni radovi koji se referiraju na temu globalne glazbene industrije, odnosno na područje poslovnih aktivnosti povezanih s prihodima od prodaje autorskih prava. U radu se koriste metode financijske i statističke analize, kako bi se odredilo temeljne trendove i promjene modela stvaranja prihoda u glazbenoj industriji. Istraživanje i analiza usmjereno je dvama temeljnim istraživačkim pitanjima:

1. *Kakav je trend prihoda od streaminga u globalnoj glazbenoj industriji?*

Koliki je udio prihoda od streaminga u ukupnim prihodima, odnosno koliko iznose i koji je trend prihoda od komodizacija usluga na medijskim platformama (Smith, 2019); koliko efikasno se te platforme koriste ekonomijom razmjera (Meier & Manzerolle, 2019); koliki je stvarni utjecaj prihoda od streaminga u kontekstu prava na glazbeni sadržaj koji ostvaruju tri najveće glazbene korporacije (Meier & Manzerolle, 2019).

2. *Kakav je utjecaj prihoda od sinkronizacije i autorskih prava na globalnu glazbenu industriju?*

Koliko prihodi od sinkronizacije i autorskih prava utječu na poslovni učinak korporacija (Negus, 2019); koliki je stvarni utjecaj prihoda od streaminga i autorskih prava na nematerijalna prava i intelektualno vlasništvo (Durand & Milberg, 2020); ima li mjesta tvrdnji da je prodaja prava na glazbene sadržaje poseban oblik rentijerizma (Christophers, 2020).

Analizu strukture i utjecaja prihoda u kategorijama Sinkronizacija i Autorska prava ne može se odvojiti, odnosno analizirati odvojeno, od analize ukupnih prihoda te ostalih kategorija prihoda. Zbog toga će se analiza ovih dviju kategorija proširiti s analizom ukupnih prihoda i prihoda koji su ostvareni streamingom, kao najpovezanijih kategorija s dvije temeljne istraživačke kategorije. Rezultati istraživanja objavljeni su u poglavljima Diskusija i zaključak.

4. FINANCIJSKA ANALIZA GLAZBENE INDUSTRIJE

Istraživanje i analiza podijeljeni su na tri temeljna područja. U prvom dijelu deskriptivno se analizira struktura ukupnih prihoda globalne glazbene industrije s naglaskom na analizi trendova te postavljanju temelja za buduća istraživanja. U drugom dijelu istraživanja analizira se trend prihoda od streaminga. U trećem dijelu, istraživanje i analiza odnosi se na trend prihoda od sinkronizacije i autorskih prava. Ovaj dio istraživanja čini središnji dio istraživačkih aktivnosti, jer se nastoji analizirati utjecaj ovih dviju skupina prihoda na ukupne prihode industrije u kontekstu značajne promjene lanca vrijednosti novih medijskih industrija.

4.1. Analiza strukture prihoda globalne glazbene industrije

U analizi strukture prihoda glazbene industrije obuhvaćeni su prihodi u razdoblju od trinaest godina, odnosno od 2009. do 2021. godine. Ovaj je period odabran jer se prihodi od sinkronizacije bilježe tek od 2009. godine, a prihodi od autorskih prava malo su stariji. Ukupni prihodi glazbene industrije podijeljeni su u pet temeljnih kategorija. Pregled strukture i trenda prihoda prikazan je u tablici 1.

Tablica 1. Struktura prihoda globalne glazbene industrije

Prihodi globalne glazbene industrije (2009.-2021.; mlrd \$)						
Godine	Fizički nosači	Digitalni	Streaming	Autorska prava	Sinkronizacija	Ukupno
2009.	10,4	3,7	0,4	1,4	0,3	16,2
2010.	8,9	3,9	0,4	1,4	0,3	14,9
2011.	8,2	4,2	0,6	1,4	0,3	14,7
2012.	7,6	4,4	1,0	1,6	0,3	14,9
2013.	6,7	4,3	1,4	1,8	0,3	14,5
2014.	6,0	4,0	1,9	1,9	0,3	14,1
2015.	5,7	3,8	2,8	2,0	0,4	14,7
2016.	5,5	3,2	4,7	2,3	0,3	16,0
2017.	5,2	2,8	6,6	2,4	0,3	17,3
2018.	4,7	2,3	8,9	2,7	0,4	19,0
2019.	4,4	1,5	11,4	2,6	0,5	20,4
2020.	4,2	1,2	13,4	2,3	0,4	21,5
2021.	5,0	1,1	16,9	2,4	0,5	25,9

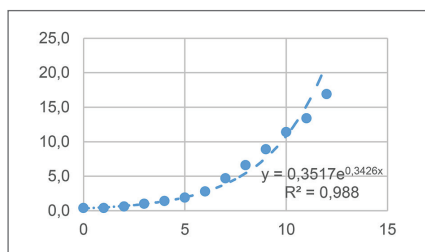
Izvor: IFPI – Global music report 2022 (osobna izrada)

Prije razvoja digitalnog oblika proizvodnje i distribucije medijskih sadržaja, prihodi od prodaje fizičkih nosača zvuka bili su jedini oblik prihoda u prodaji glazbenog sadržaja. Prihodi u ovaj kategoriji kontinuirano opadaju sve do posljednjeg analiziranog perioda. Prodaja fizičkih nosača zvuka u analiziranom razdoblju padala je po prosječnoj stopi od 7,21% godišnje, protumačeno linearnom regresijskom jednadžbom $y = -0,4577x + 9,0923$, uz koeficijent determinacije od $R^2 = 0,875$. Prihodi koje je glazbena industrija ostvarivala u ostale četiri kategorije nisu bili dovoljni da bi nadoknadili pad prihoda. Kanibalizacija prihoda koji su izazvani s razvojem digitalnog poslovnog modela, prevladana je tek sa značajnim povećanjem prihoda ostvarenih streamingom. Ukupni su prihodi opadali sve do 2015. godine, nakon čega kontinuirano rastu. U kontekstu digitalizacije procesa, potrebno je naglasiti kako prihodi od izvorno formiranih digitalnih oblika kontinuirano opadaju s razvojem streaming tehnologije.

4.2. Analiza prihoda od streaminga

Prihodi od streaminga prvi put su zabilježeni 2006. godine, te nakon toga kontinuirano rastu. Godine 2017., s 6,6 milijardi dolara prihoda postali su najveći pojedinačni prihod glazbene industrije. U analiziranom razdoblju prihodi od streaminga rasli su po prosječnoj godišnjoj stopi od 40,9%, protumačeno regresijskom jednadžbom $y = 0,3517e^{0,3426x}$, uz koeficijent determinacije od $R^2 = 0,988$. Rezultati istraživanja prikazani su na slici 1.

Slika 1. Regresijska analiza prihoda od streaminga



Izvor: osobna izrada

U posljednja dva analizirana perioda, točke infleksije nalaze se ispod regresijskog pravca, što ukazuje na usporavanje rasta prihoda koji su ostvareni streamingom. Za buduća istraživanja ostaje otvoreno pitanje: događa li se to zbog zasićenja prihoda od streaminga ili se glazbena industrija bliži zasićenju ukupnih prihoda koje se može ostvariti na globalnom tržištu. U tom kontekstu, analizirani su prihodi od 2014. do 2021. godine, odnosno u periodu u kojem prihodi ukupne glazbene industrije kontinuirano rastu. U ovom razdoblju prihodi od streaminga rasli su po prosječnoj stopi od 25,8% godišnje, protumačeno linearnom jednadžbom regresije $y = 2,1476x + 0,8083$, uz koeficijent determinacije od $R^2 = 0,9834$. Eksponencijalni rast zamijenjen je linearnim rastom što jasno ukazuje na usporavanje rasta prihoda u kategoriji streaminga.

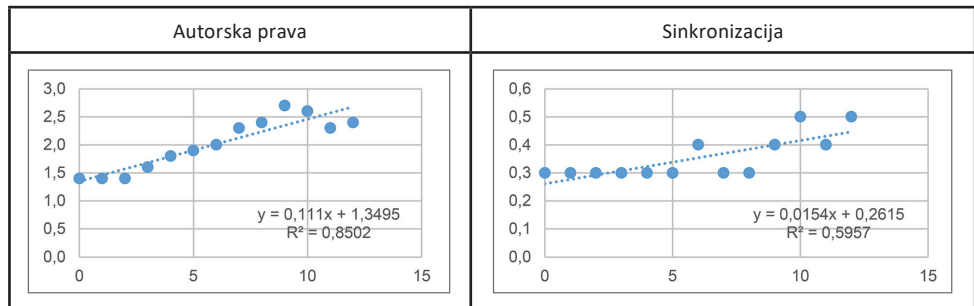
4.3. Analiza prihoda od sinkronizacije i autorskih prava unutar globalne glazbene industrije

Digitalna transformacija poslovanja omogućila je nove načine distribucije i konzumiranja medijskih sadržaja. Globalne medijske korporacije prilagođavale su poslovanje te mijenjale modele komodizacije napuštajući klasični linearni model proizvodnje i distribucije medijskih sadržaja (Lozić i Fotova Čiković, 2021). U glazbenoj se industriji ta promjena manifestirala kroz napuštanje modela posjedovanja i prelazak u model pretplate na medijski sadržaj. Godine 2001. zabilježeni su prvi prihodi od prodaje autorskih prava, a osam godina kasnije i prvi prihodi od sinkronizacije. Simon (2019) ističe kako više od tri četvrtine prihoda glazbene industrije ostvaruju korporacije koje nisu autori glazbenih sadržaja, već samo vlasnici prava na sadržaj. Distribucija sadržaja na digitalnim platformama, konvergencija sustava reprodukcije, razvoj streaming tehnologije, kao i promjena navika, postavili su temelje za potpuno novi način komodizacije vlasništva, odnosno autorskih prava. Prihodi od autorskih prava uključuju prihode od prava na glazbeni sadržaj emitiran na

radio postajama i televiziji, a obuhvaća i neke oblike javnih nastupa (Bernstein, 2007), ujedno u te prihode spadaju i prihodi od kableske televizije, Internet radio postaja, emitiranja u maloprodajnim dućanima i sl. (Pitt, 2015). Prihodi od autorskih prava podrazumijevaju naplatu za izvođenje u privatnim i javnim, odnosno poslovnim aranžmanima (Rutter, 2016).

Prihodi od prodaje autorskih prava rasli su u prvih deset godina analiziranog perioda, nakon čega počinju opadati. Usprkos naglašavanju važnosti digitalne transformacije poslovanja te značaja posjedovanja vlasništva nad autorskim pravima, najveći udio prihoda od autorskih prava u ukupnom prihodu zabilježen je 2018. godine i iznosio je 14,2% od ukupnog prihoda. Nakon 2018. godine, ukupni prihodi rastu, prihodi od autorskih prava opadaju, što implicitno znači i da opada udio autorskih prava u ukupnom prihodu. Iste godine, udio prihoda od streaminga činio je 46,8% od ukupnih prihoda, ili, bio je oko 3,3 puta veći od prihoda ostvarenih na temelju autorskih prava.

Slika 2. Regresijska analiza trenda autorskih prava i sinkronizacije



Izvor: osobna izrada

Regresijskom analizom trenda prihoda od autorskih prava u analiziranom periodu utvrđeno je kako su prihodi od autorskih prava rasli po prosječnoj stopi od 5,5% godišnje ($s=5,5$), protumačeno linearnom regresijskom jednadžbom $y = 0,111x + 1,3495$, uz koeficijent determinacije od $R^2 = 0,8502$. Koeficijent determinacije blizu je granične vrijednosti potrebne za potvrdu signifikantnosti od $R^2 > 0,8$, što se može utvrditi i s pregledom točaka infleksije na grafikonu. U posljednja dva analizirana perioda, točke infleksije opadaju ispod regresijske jednadžbe. Godine 2020., pad prihoda u odnosu na prethodnu godinu, iznosio je 11,5%, da bi 2021. godine porastao za 4,3% u odnosu na prethodno razdoblje, ali je to još uvijek ispod prosjeka za ukupno analizirano razdoblje. Rezultati istraživanja jasno ukazuju na opadanje udjela prihoda od autorskih prava u ukupnim prihodima.

Prihodi od sinkronizacije najmlađa su kategorija prihoda glazbene industrije. Bilježe se od 2009. godine i po tome je odabrano razdoblje analize. Sinkronizacija je ugovor u formi licence, s kojim vlasnik prava na glazbeni sadržaj dopušta korisniku sinkronizaciju glazbenog sadržaj u neki novi medijski sadržaj. Prihodi od sinkronizacije podrazumijevaju prihode koji se ostvare od korištenja glazbe u filmskoj industriji. U SAD-u vlasnici glazbenih prava ne ostvaruju pravo na prihode od sinkronizacije ukoliko film nije prikazan na televiziji (Bernstein, 2007). Sinkronizacija podrazumijeva korištenje glazbene podloge u kombinaciji s pokretnim slikama koje zajedno stvaraju medijski sadržaj koji se prikazuje kao film ili reklama (Pitt, 2015).

Slika 3. Model ANOVA

SUMMARY OUTPUT								
<i>Regression Statistics</i>								
Multiple R	0,83468889							
R Square	0,69670554							
Adjusted R Square	0,63604665							
Standard Error	2,13343930							
Observations	13							
<i>ANOVA</i>								
	<i>df</i>	<i>SS</i>	<i>MS</i>	<i>F</i>	<i>Significance F</i>			
Regression	2	104,5551367	52,27756834	11,4856293	0,002566388			
Residual	10	45,51563255	4,551563255					
Total	12	150,0707692						
	<i>Coefficients</i>	<i>Standard Error</i>	<i>t Stat</i>	<i>P-value</i>	<i>Lower 95%</i>	<i>Upper 95%</i>	<i>Lower 99,0%</i>	<i>Upper 99,0%</i>
Intercept	3,142783209	3,055926631	1,028422337	0,32798403	-3,666245647	9,951812064	-6,54228155	12,82784797
Sinkronizacija	32,06181714	10,59024271	3,027486529	0,01273166	8,465285904	55,65834837	-1,50154968	65,62518395
Autorska prava	1,364864865	1,753676304	0,778287796	0,45442033	-2,542569441	5,272299171	-4,19301352	6,92274325

Izvor: osobna izrada

Popularna blues skupina Black Keys licencirala je više od 300 svojih pjesama za sinkronizaciju u različite vrste medijskih sadržaja. Glazbeni sastav pod imenom Fun licencirao je pjesmu pod nazivom „We are young“ u reklami za Chevrolet Sonic, a reklama je emitirana u terminu Super Bowl. Australске rock zvijezde licencirale su pjesmu „Are you wanna be my girl“ u reklami za Apple, i postali planetarno popularne zvijezde (Lester, 2020). Kate Bush je licencirala pjesmu „Running Up That Hill“ za četvrtu sezonu Netflixove serije Stranger Things, nakon čega je pjesma ostvarila nagli porast popularnosti i postala njen prvi singl koji se popeo na vrh glazbenih ljestvica nakon 1978. godine (Smith, 2022). Prodaja licenčnog prava za sinkronizaciju bila bi najbliže onome što Christophers (2020) definira kao bilančnu ekonomiju, odnosno onome što Boldrine i Levine (2002) nazivaju intelektualnim monopolom, koji podrazumijeva prodaju „licenčnih prava“. Razvoj ekonomije medijskih platformi i streaming servisa samo je pojačao situaciju asimetrije prava i informacija koja omogućuje stvaranje monopolskih pozicija vlasnicima prava u odnosu na druge zainteresirane subjekte.

Rezultati financijske analize prihoda od sinkronizacije ukazali su na minimalan porast prihoda u analiziranom periodu. U razdoblju od dvanaest godina, prihodi su porasli za 200 milijuna dolara, što je neznatan iznosu u ukupnim prihodima glazbene industrije. Uz to, prihodi nisu kontinuirano rasli, što ukazuje na početak stabilizacije visine prihoda. U posljednjem analiziranom razdoblju ostvaren je porast prihoda, ali je u tom razdoblju ostvaren i porast prihoda od fizičkih nosača zvuka, što ukazuje na jako dobru poslovnu godinu za glazbenu industriju. Udio prihoda od sinkronizacije u ukupnim prihodima oscilira oko 2,1% u cjelokupnom razdoblju analize. Rezultati analize udjela prihoda od autorskih prava i sinkronizacije ukazuju na potreban oprez kada se pridaje preveliki značaj digitalnoj transformaciji poslovanja, kada se dovodi u izravnu vezu s novim modelima prodaje i komodizacije usluga. Regresijska analiza trenda prihoda od sinkronizacije prikazana je na slici 2. Prihodi su rasli po prosječnoj godišnjoj stopi od 4,4%, protumačeno linearnom regresijskom jednačbom $y = 0,0154x + 0,2615$, koeficijent determinacije $R^2 = 0,5957$ nije dovoljan za potvrdu signifikantnosti istraživanja ($R^2 < 0,8$)

Rezultati analize s modelom ANOVA potvrđuju rezultate analize metodom regresijskog trenda. Koeficijent multiple korelacije iznosi $R=0,83469$, što potvrđuje jaku korelacijsku vezu između nezavisnih varijabli autorskih prava i sinkronizacije u odnosu na zavisnu varijablu ukupnog prihoda. Koeficijent determinacije, odnosno protumačenosti modela, iznosi $R^2=0,69671$, odnosno $R^2=0,63605$ za modele s manje od trideset frekvencija, što je nedovoljno za determinaciju preciznih zaključaka o modelu ($R^2>0,8$). Koeficijent determinacije otkriva da je samo 63,6% modela protumačeno s analizom prihoda od autorskih prava i sinkronizacije, što je nedovoljno za preciznije vrednovanje modela. Na temelju rezultata analize signifikantnosti, odnosno empirijske vrijednosti F-omjera, koji iznosi 0,002566, može se zaključiti kako je barem jedna od odabranih zavisnih varijabli statistički značajna na razini rizika od 5%. S analizom P-value vrijednosti može se zaključiti kako varijabla sinkronizacija ($P= 0,1273$) statistički značajno utječe na zavisnu varijablu prihod ($P < 0,05$), dok varijabla autorska prava ($P > 0,05$) nije statistički značajna, odnosno statistički značajno ne utječe na zavisnu varijablu ukupni prihod. Ukupni prihod kontinuirano raste u posljednjih sedam analiziranih perioda, dok prihodi od autorskih prava kontinuirano opadaju u posljednja tri analizirana perioda.

5. DISKUSIJA I ZAKLJUČAK

Rezultati analize ukupnih prihoda glazbene industrije, kao i prihoda u tri odabrane kategorije glazbene industrije, pokazali su vrlo zanimljive rezultate. Ukupni prihodi globalne glazbene industrije kontinuirano su opadali, još od početka stoljeća i pojave Napstera, pa do 2015. godine, kada su se oporavili i od tada kontinuirano rastu. Prihodi u kategorijama Sinkronizacija i Autorska prava počeli su se bilježiti tek od 2009. godine za kategoriju Sinkronizacija, odnosno osam godine ranije za kategoriju Autorska prava. Slično tome, prihodi od streaminga pojavljuju se tek 2006. godine, s razvojem tehnologije. Sve tri kategorije razvijaju se usporedo s promjenama navika potrošača, kao i/ili s razvojem postindustrijskog društva. Rezultati istraživanja, usmjereni prema dva istraživačka pitanja, pokazali su sljedeće rezultate:

Prihodi od streaminga postali su dominantan dio prihoda glazbene industrije. Kontinuirao rastu od svoje pojave do danas, odnosno već petnaest godina. Rast prihoda bio je eksponencijalan, ali u posljednjih pet godina rast prihoda je linearan, što ukazuje na zasićenje tržišta sa streaming tehnologijom.

Udio prihoda od autorskih prava u porastu je do 2019. godine, nakon čega počinje oscilirati, što je jasan pokazatelj zasićenja tržišta. Na to ukazuje analiza udjela prihoda od autorskih prava u ukupnom prihodu te je pad udjela kontinuiran od 2018. godine. U posljednjem analiziranom periodu, udio prihoda od autorskih prava čini 9,3% ukupnog prihoda, što je samo 0,2% bolje od prosjeka za cjelokupno razdoblje.

U cjelokupnom analiziranom razdoblju prihodi od sinkronizacije porasti su za 200 milijuna dolara. Za razliku od autorskih prava, prihodi od sinkronizacije još uvijek nisu počeli značajno opadati. U ukupnim prihodima čine 2,1%, dok je najveći udio od 2,7% zabilježen 2014. godine.

Istraživanje i analiza prihoda globalne glazbene industrije jasno pokazuje potpunu transformaciju prihoda, odnosno modela poslovanja, od stare k novim medijskih industrijama. Prihodi od prodaje u prodavaonicama fizičkih nosača zvuka zamijenjeni su s prihodima od

novih oblika distribucije medijskog sadržaja. Prihodi od streaminga preuzeli su primat ne samo po visini tih prihoda, nego i glede njihove važnosti, jer su se navike potrošača usmjerile prema streaming servisima za distribuciju medijskog sadržaja. Novi model stvaranja prihoda kroz prodaju autorskih prava i kroz sinkronizaciju sadržaja, još uvijek je donosi manji prihod od onoga koji se ostvaruje s prodajom fizičkih nosača zvuka. Uz to, počeli su opadati prihodi u kategoriji Autorska prava, i nikada nisu došli na razinu prodaje u kategoriji Fizički nosači zvuka. Slična je situacija i s prihodima u kategoriji Sinkronizacija, gdje su se prihodi stabilizirali na oko 2% ukupnih prihoda glazbene industrije. Digitalizacija proizvodnog procesa i distribucije medijskih sadržaja nedvojbeno je utjecala na nove modele konzumiranja glazbenog sadržaja, kao i na način komodizacije prava i drugih oblika vlasništva. U tom kontekstu, prihodi od streaminga postali su najveći prihod glazbene industrije, dok su drugi oblici digitaliziranog modela distribucije i komodizacije prava i vlasništva stabilizirali svoje prihode, odnosno već su u fazi opadanja.

ANALYSIS OF THE SHARE OF SYNCHRONISATION AND PERFORMANCE RIGHT REVENUES IN THE GLOBAL MUSIC INDUSTRY

Joško Lozić, PhD
University North
Trg Žarka Dolinara 1, Croatia
E-mail: jlozic@unin.hr

Katerina Fotova Čiković, PhD
University North
Trg Žarka Dolinara 1, Croatia
E-mail: kcikovic@unin.hr

Damira Keček, PhD
University North
Trg Žarka Dolinara 1, Croatia
E-mail: dkecek@unin.hr

ABSTRACT

The aim of the paper - is to analyse the income in the global music industry in the context of the share of income from dubbing and copyright. Methodology – the work is based on the analysis of financial data on the income of individual categories of the music industry. The fundamental research is directed towards the analysis of income from streaming, copyright and synchronization, i. e. the income of the new media industry that arises as a result of technological progress in the production and distribution of media content. Research results - indicate a very small share as well as the impact of income from dubbing and copyright on the total income of the music industry, while income from streaming has become the dominant income of the music industry. At the same time, the digital transformation of business has had a significant impact on the decline in income from physical audio carriers, which is the result of the development of technology as well as the change in user habits.

Conclusion - the digital transformation of the music industry made it possible to generate income from new forms of commoditization of music content. Despite the generally accepted narrative of digital transformation, which would shift the focus of revenue towards copyright and similar forms of commoditization of rights, most of the revenue comes from streaming, while revenue from the sale of physical audio carriers is still the second largest revenue of the music industry.

Keywords: *performance right; digital transformation; music industry; synchronization; streaming*

LITERATURA

1. Baym, N. K. (2018). *Playing to the Crowd: Musicians, Audiences, and the Intimate Work of Connection*. NYU Press.
2. Bernstein, A., Sekine, N. & Weissman, D. (2007). *The Global Music Industry: Three Perspectives* (1st ed.). Routledge. <https://doi.org/10.4324/9780203941829>
3. Boldrin, Michele, and David Levine. 2002. The Case Against Intellectual Property. *American Economic Review*, 92(2), str. 209 – 212. DOI: 10.1257/000282802320189267
4. Christophers, B. (2020). *Rentier capitalism: who owns the economy, and who pays for it?* London: Verso.
5. Drott, E. (2018). Why the Next Song Matters: Streaming, Recommendation, Scarcity. *Twentieth-Century Music*, 15(3), str. 325 – 357. doi:10.1017/S1478572218000245
6. Durand, C. & Milberg, W. (2020). Intellectual monopoly in global value chains. *Review of International Political Economy*, 27(2), str. 404 – 429. <https://doi.org/10.1080/09692290.2019.1660703>
7. Hagen, A. N. (2022). Datafication, Literacy, and Democratization in the Music Industry. *Popular Music and Society*, 45(2), str. 184 – 201. <https://doi.org/10.1080/03007766.2021.1989558>
8. Hrac, B. J. & Webster, J. (2021). From selling songs to engineering experiences: exploring the competitive strategies of music streaming platforms. *Journal of Cultural Economy*, 14(2), str. 240 – 257. <https://doi.org/10.1080/17530350.2020.1819374>
9. IFPI – Global music report 2022. Preuzeto s <https://globalmusicreport.ifpi.org/> (28.08.2022.)
10. Lester, D. (2020). Songtradr: 10 Sync Placements That Helped Launch Music Artist's Careers. Preuzeto s <https://blog.songtradr.com/10-sync-placements-that-helped-launch-music-artists-careers/> (29.08.2022.)
11. Lozić, J. & Fotova Čiković, K. (2021). The impact of digital transformation on the business efficiency of the New York Times. *UTMS Journal of Economics* 12(2), str. 225 – 239.
12. Lozić, J. (2017). Lanac vrijednosti u medijskoj industriji: prilagođavanje lanca vrijednosti u postindustrijskom razdoblju. *Zbornik sveučilišta Libertas*, 1-2(1-2), str. 71 – 96. Preuzeto s <https://hrcak.srce.hr/190853>
13. Lozić, J., Fotova Čiković, K. & Keček, D. (2022). *Streaming platforms determine the revenue of global music industry*. 80th International Scientific Conference on Economic and Social Development and 10th International OFEL conference "Diversity, Equity and Inclusion: The Essence of Organisational Well-Being", str. 78 – 87.
14. Meier, L. & Manzerolle, V. R. (2019). Rising tides? data capture, platform accumulation, and new monopolies in the digital music economy. *New Media & Society*, 21(3), str. 543 – 561.
15. Moazed, A. & Johnson, N. L. (2016). *Modern Monopolies: What it takes to Dominate the 21st Century Economy*. New York, N.Y: St. Martin's Press.
16. Negus, K. (2019). From creator to data: the post-record music industry and the digital conglomerates. *Media, Culture & Society*, 41(3), str. 367 – 384.
17. Pagano, U. (2014). The crisis of intellectual monopoly capitalism. *Cambridge Journal of Economics*, 38(6), str. 1409 – 1429.
18. Parker, G. G., Van Alstyne, M. W. & Choudary, S. P. (2016). *Platform Revolution: How Networked Markets are Transforming the Economy and How to Make Them Work for You*. New York: W. W. Norton & Company Ltd.
19. Pitt, L. I. (2015). *Direct Licensing and Music Industry: How Technology, Innovation and Competition Reshape Copyright Licensing*. Springer

20. Rifkin, J. (2015). *The zero marginal cost society: The Internet of things, the collaborative commons, and the eclipse of capitalism*. Palgrave Macmillan; St. Martin's Press LLC.
21. Rutter, P. (2016). *The Music Industry Handbook* (2nd ed.) Routledge. Taylor & Francis Group.
22. Ryan, D. (2019). Digital disruption in the music industry: The case of the compact disc. *Creative Industries Journal*, 12(2), str. 159 – 166.
23. Seemiller, C. & Grace, M. (2019). *Generation Z: A century in a making*. Routledge.
24. Simon, J. P. (2019). New players in the music industry: lifeboats or killer whales? The role of streaming platforms. *Digital Policy, Regulation and Governance*, 21(6), str. 525 – 549.
25. Smith, C. (2022). Kate Bush's Running Up That Hill is Official Charts Number 1 Single: Singer becomes 3x Official Chart Record Breaker with Stranger Things success. Preuzeto s https://www.officialcharts.com/chart-news/kate-bushs-running-up-that-hill-is-official-charts-number-1-single-singer-becomes-3-x-official-charts-record-breaker-with-stranger-things-success-__36605/ (29.08.2022.)
26. Smith, H. (2019). People-based marketing and the cultural economies of attribution metrics. *Journal of Cultural Economy*, 12(3), str. 201 – 214.
27. Srnicek, N. (2017). *Platform Capitalism*. Polity Press.
28. Webster, J. (2019). Taste in the platform age: music streaming services and new forms of class distinction. *Information, Communication & Society*, str. 1–15.