

Anna Anetta Janowska

# MUZYKA I BIZNES

## *Od gramofonu do streamingu*



**SGH** Oficyna  
Wydawnicza

MUZYKA I BIZNES. *Od gramofonu do streamingu*

SGH

# SPIS TREŚCI

<b>WSTĘP</b> .....	<b>11</b>
<b>1</b>	
<b>BRANŻA FONOGRAFICZNA – DEFINICJA I STRUKTURA</b> .....	<b>17</b>
1.1. Branża i jej otoczenie .....	18
1.1.1. Branża, przemysł czy sektor? .....	18
1.1.2. Jak i dlaczego branże ewoluują? .....	20
1.2. Od przemysłów kultury do branży fonograficznej .....	21
1.2.1. Co to jest branża fonograficzna? .....	21
1.2.2. Branża fonograficzna jako część przemysłów kultury .....	24
1.3. Produkt branży fonograficznej .....	26
1.3.1. O fonogramie .....	26
1.3.2. Fonogram jako przedmiot prawa autorskiego i praw pokrewnych .....	27
1.3.3. Fonogram jako dobro doświadczeniowe .....	30
1.3.4. Koszty związane z produkcją fonogramu .....	31
1.3.5. Podział produktów muzycznych .....	33
1.3.6. Jakość produktu muzycznego .....	34
1.4. Przedsiębiorstwa w branży fonograficznej .....	35
1.4.1. Charakterystyka dużych firm fonograficznych (majors) .....	38
1.4.2. Funkcjonowanie labeli zależnych i niezależnych .....	41
1.5. Pozostałe podmioty .....	42
1.6. Odbiorcy muzyki nagranej .....	44
1.6.1. Kto i jak konsumuje muzykę? .....	45
1.6.2. Konsumenci programatorzy .....	54
<b>2</b>	
<b>ŚWIAT WOKÓŁ BRANŻY FONOGRAFICZNEJ</b> .....	<b>57</b>
2.1. Czynniki makrootoczenia a ewolucja branży fonograficznej .....	58
2.1.1. Technologia jako siła napędowa przemian w branży fonograficznej .....	58
2.1.2. Branża fonograficzna a czynniki ekonomiczne .....	65
2.1.3. Czynniki społeczne i demograficzne kształtujące przemiany w fonografii .....	68
2.1.4. Polityka a branża fonograficzna .....	73
2.1.5. Fonografia a prawo .....	77
2.2. Dwie rewolucje – ich charakterystyka i skutki .....	81
2.2.1. O rewolucji ICT i rewolucji cyfrowej .....	81
2.2.2. Dodatkowe czynniki wpływające na rozwój branży fonograficznej po przełomie cyfrowym i ICT .....	82

# SPIS TREŚCI

2.2.3. Wynalazki w zakresie cyfryzacji treści, które wpłynęły na rozwój branży fonograficznej .....	84
2.2.3.1. Pierwszy etap cyfryzacji dźwięku – <i>digital recording</i> .....	84
2.2.3.2. Pojawienie się CD .....	85
2.2.3.3. Wynalezienie mp3 .....	87
2.2.4. Wynalazki powstałe w ramach rozwoju ICT, które wpłynęły na rozwój branży fonograficznej .....	88
2.2.4.1. Rozpowszechnienie się komputerów osobistych .....	88
2.2.4.2. Rozwój Internetu .....	89
2.2.4.3. Przenośne urządzenia do słuchania muzyki .....	90
2.2.4.4. Telefonii komórkowa .....	91
2.3. Umiejdzynarodowienie branży fonograficznej .....	92
2.3.1. Pierwszy okres umiejdzynarodowej ekspansji – do pierwszej wojny światowej .....	93
2.3.2. Drugi okres umiejdzynarodowienia – lata kryzysu międzywojennego .....	96
2.3.3. Postępujące umiejdzynarodowienie w okresie powojennym – do połowy lat 80. XX w. ....	98
2.3.4. Międzynarodowy rozwój branży po 1980 r. ....	99
2.4. Globalizacja branży fonograficznej .....	103

## 3

<b>UKŁAD SIŁ PRZED REWOLUCJĄ CYFROWĄ .....</b>	<b>109</b>
3.1. Branża fonograficzna jako oligonom .....	110
3.2. Pięć sił Portera .....	112
3.2.1. Groźba pojawienia się nowych producentów .....	115
3.2.2. Siła przetargowa dostawców .....	118
3.2.3. Siła przetargowa nabywców i możliwość wywierania przez nich presji na przedsiębiorstwa branży .....	124
3.2.4. Groźba pojawienia się substytutów .....	126
3.2.5. Rywalizacja między przedsiębiorstwami branży fonograficznej .....	129
3.2.5.1. Znaczenie koncentracji poziomej dla branży fonograficznej .....	130
3.2.5.2. Znaczenie integracji pionowej dla branży fonograficznej .....	136
3.2.5.3. Znaczenie promocji dla branży fonograficznej .....	143
3.2.5.4. Nadprodukcja i system gwiazdorski jako główne strategie działania firm nagraniowych .....	149

# SPIS TREŚCI

## 4

<b>SKUTKI PRZEŁOMU CYFROWEGO I ICT DLA BRANŻY FONOGRAFICZNEJ</b> .....	<b>155</b>
4.1. Ewolucja produktu branży fonograficznej .....	155
4.1.1. Zmiana charakteru muzyki jako dobra .....	156
4.1.2. Fragmentacja tradycyjnego produktu branży fonograficznej .....	159
4.1.3. Ewolucja formatów dostępnych w sieciach komórkowych .....	161
4.2. Zmiany dotyczące konsumpcji muzyki .....	163
4.2.1. Rosnąca konsumpcja muzyki .....	164
4.2.2. Zmiany w kierunku mobilności .....	165
4.2.3. Zwrot w stronę konsumpcji muzyki cyfrowej – posiadanie i dostęp .....	167
4.2.4. Indywidualizacja konsumpcji muzyki i fragmentacja popytu .....	168
4.3. Działanie pięciu sił w branży fonograficznej po przełomie cyfrowym i ICT .....	170
4.3.1. Nielegalne kopie plików muzycznych jako substytut? .....	170
4.3.2. Demokracja produkcji, dystrybucji i promocji muzyki a groźba pojawienia się nowych producentów .....	178
4.3.3. Demokracja produkcji muzyki i dezintermediacja a siła dostawców .....	182
4.3.4. Siła nabywców w świecie cyfrowym .....	187
4.3.4.1. Dystrybucja muzyki .....	188
4.3.4.2. Promocja muzyki .....	195
4.3.4.3. Udział w produkcji .....	198
4.3.5. Technologia a rywalizacja w branży fonograficznej .....	201
4.3.5.1. Pionierskie formy dystrybucji muzyki przez sieć .....	202
4.3.5.2. Dystrybucja przez Internet muzyki na nośnikach fizycznych .....	203
4.3.5.3. Pierwsze regularne platformy dystrybucji muzyki w formie cyfrowej .....	205
4.3.5.4. Wiodące modele dystrybucji muzyki on-line .....	208
4.3.5.4.1. Model „płać za ściągnięcie” (ang. <i>pay-per-download</i> ), czyli <i>à la carte</i> .....	208
4.3.5.4.2. Model abonamentowy (subskrypcyjny) .....	209
4.3.5.5. Modele alternatywne .....	213
4.3.5.5.1. Model darmowy .....	213
4.3.5.5.2. Model „zapłać, ile chcesz” .....	214
4.3.5.5.3. Model „płać za popularność” .....	215
4.3.5.5.4. Pozostałe modele według Ch. Andersona .....	216
4.3.5.6. Dystrybucja muzyki przez sieci komórkowe .....	218
4.3.5.7. Internet jako nowy kanał promocji muzyki .....	223

# SPIS TREŚCI

## 5

<b>MIĘDZY TECHNOLOGIĄ A PRAWEM .....</b>	<b>231</b>
5.1. Muzyka a prawo w świecie sieci .....	231
5.1.1. Rola prawa autorskiego – twórcy i konsumenci .....	232
5.1.2. Równowaga interesów twórców i właścicieli praw oraz konsumentów .....	234
5.1.3. Creative Commons jako „trzecia droga”? .....	237
5.1.4. Składki i podatki na kulturę .....	240
5.1.4.1. Opłata reprograficzna .....	240
5.1.4.2. <i>Culture flat-rate</i> , czyli płaska stawka za dostęp do kultury .....	244
5.2. Wykorzystanie blockchainu w branży fonograficznej .....	247
5.2.1. Blockchain – krótka charakterystyka technologii .....	247
5.2.2. Blockchain ratunkiem dla branży nagraniowej? .....	249
5.2.2.1. Sieciowa baza danych na temat praw autorskich i pokrewnych .....	250
5.2.2.2. Proste i bezpośrednie opłacanie tantiem dzięki wykorzystaniu smartkontraktów .....	252
5.2.2.3. Transparentność w łańcuchu wartości .....	254
5.2.2.4. Dostęp do alternatywnych źródeł finansowania .....	255
<b>ZAKOŃCZENIE. CZY CZAS NA NOWĄ REWOLUCJĘ? .....</b>	<b>259</b>
<b>BIBLIOGRAFIA .....</b>	<b>265</b>
<b>SPIS RYSUNKÓW .....</b>	<b>293</b>
<b>SPIS TABEL .....</b>	<b>295</b>
<b>SPIS RAMEK .....</b>	<b>297</b>

# WSTĘP

Zmiany, które od kilkudziesięciu lat dokonują się w gospodarce, a także w funkcjonowaniu społeczeństw w skali globalnej, nazywa się m.in.: gospodarką informacyjną, gospodarką opartą na wiedzy, gospodarką cyfrową, gospodarką kreatywną lub też trzecią falą [Toffler, 2006] czy ponowoczesnością [Bauman, 2000]. Bez wątpienia wciąż się tworzy nowy system gospodarczy, czemu towarzyszy kształtowanie się nowego stylu życia i pracy oraz nowej cywilizacji.

Branże, które bardzo szybko i w ogromnym stopniu odczuły skutki owych głębokich przemian społeczno-gospodarczych, przede wszystkim pod wpływem intensywnie rozwijających się technologii informacji i komunikacji (ang. *information and communication technologies*, ICT), są nazywane kreatywnymi [Gov.UK, 2001]<sup>1</sup>. Ich rola w światowej gospodarce jest coraz bardziej istotna. Według raportu UNCTAD [2018] wielkość globalnego rynku dóbr kreatywnych wzrosła ponad dwukrotnie między 2002 a 2015 r. z poziomu 208 mld dolarów do 509 mld dolarów, powiększając się średnio w tych latach o ok. 7% mimo kryzysu finansowego 2007–2009, który odbił się negatywnie na pozostałych sektorach gospodarki.

Branża fonograficzna jest częścią sektorów kultury i kreatywnych [Stachowiak, 2017]. Całkowite przychody w 2019 r. wyniosły w niej 20,2 mld dolarów, co oznaczało wzrost w wysokości 8,2% w porównaniu z rokiem poprzednim [IFPI, 2020a]. Jest to obszar gospodarki, który jako jeden z pierwszych uległ przemianom związanym z technologiami cyfrowymi, a zdecydowanie pierwszy w obrębie sektorów kultury i kreatywnych. Zmiany te dotyczyły w pierwszej kolejności dwóch aspektów – reprodukcji dzieł (kopiowania) oraz ich dystrybucji. Po pierwsze, cyfryzacja i – później – dematerializacja produktu muzycznego, oznaczająca oderwanie się treści od materialnego nośnika, z którym wcześniej była nierozłącznie związana, sprawiły, że koszt krańcowy reprodukcji (tworzenia kopii) zbliżył się do zera [Shy, 2004; Rifkin, 2016]. Konsumenci uzyskali w ten sposób możliwość zapisania swoich zbiorów muzycznych, zgromadzonych głównie na płytach kompaktowych, w pamięci

---

<sup>1</sup> Więcej na ten temat w rozdziale 1, s. 24.

komputerów oraz przenośnych urządzeń do słuchania muzyki w celu łatwiejszego z nich korzystania, również w sposób mobilny.

Po drugie, koszt rozpowszechniania takiego produktu w formie cyfrowej w Internecie stał się również bliski zeru dzięki zmniejszaniu się cen sprzętu komputerowego do domowego użytku oraz cen urządzeń mobilnych, w tym telefonów komórkowych i następnie smartfonów, a także cen opłat za stały i mobilny dostęp do sieci. Dodatkowym elementem, który przyspieszył zachodzące zmiany, była innowacyjna technologia, czyli mp3, pozwalająca zmniejszyć wielkość pliku muzycznego do małych rozmiarów, co umożliwiło łatwe i szybkie przesyłanie go przez Internet.

Pierwszą i najbardziej widoczną konsekwencją synergicznego działania wskazanych wyżej zmian był rozwój sieci p2p (ang. *peer-to-peer*), dzięki którym użytkownicy mogli wymieniać się plikami muzycznymi przez Internet, nie płacąc właścicielom praw, w tym twórcom, należnego – zgodnie z obowiązującym prawem – wynagrodzenia za korzystanie z ich dzieł. W branży fonograficznej nazwano te działania, przez autorów raportu *Obiegi kultury. Społeczna cyrkulacja treści* określane nieformalnymi obiegami kultury [Filiciak, Hofmokl, Tarkowski, 2012], piractwem internetowym. Uznano je za główną przyczynę kryzysu w obszarze muzyki nagranej, jako że popularność platform p2p zbiegła się z początkiem drastycznego spadku sprzedaży płyt CD. Przychody ze sprzedaży muzyki na nośnikach fizycznych spadły z ok. 25 mld dolarów w 1999 r. do 5,2 mld dolarów w 2017 r. [Jones, 2018], a całe przychody z muzyki nagranej, w tym cyfrowej, osiągnęły najniższy poziom – wynoszący 14,8 mld dolarów – w 2011 r. [Statista, 2021b].

Kolejną konsekwencją przemian technologicznych była zmiana w całej strukturze branży i jej funkcjonowaniu. Zmienił się przede wszystkim produkt, układ sił między poszczególnymi podmiotami działającymi w branży fonograficznej, czyli dostawcami, producentami i nabywcami, a także sposoby zaopatrywania się w muzykę ngraną i jej konsumpcji. Rozwinęły się nowe modele biznesowe, zgodnie z którymi funkcjonowała głównie dystrybucja nagrań. Na poziomie dystrybucji pojawiły się w łańcuchu tworzenia wartości również nowe, silne podmioty należące pierwotnie do branży IT, które rozszerzyły swoją działalność także na obszar muzyki nagranej. Świadczy to o szczególnym znaczeniu tego sektora dla całej gospodarki oraz o jego istotnym wpływie na ewolucję branży nagraniowej.

Nadrzędnym celem niniejszego opracowania jest zdiagnozowanie zmian, jakie dokonały się w branży fonograficznej pod wpływem trwającej rewolucji technologicznej, a szczególnie analiza układu sił pomiędzy poszczególnymi podmiotami, które w tej branży działają. Główna teza brzmi: zmiany, jakie się dokonały w branży fonograficznej, chociaż wydają się mieć z pozoru charakter rewolucyjny, ostatecznie (na etapie, na którym obecnie się znajdujemy) wzmocniły stary porządek. Jeszcze

bardziej skomplikowały relacje między poszczególnymi podmiotami, umacniając rolę najsilniejszych – w tym nowych wielkich graczy – i wprowadzając nowe bariery wejścia do branży dla podmiotów najsłabszych.

Weryfikacji tezy będzie służyć uzyskanie odpowiedzi na następujące pytania badawcze:

1. Jak przedstawiał się układ sił w branży fonograficznej przed rewolucją cyfrową i ICT?
2. Jak zmienił się układ sił w branży fonograficznej pod wpływem rewolucji cyfrowej i ICT?
3. W jaki sposób ewoluował produkt branży fonograficznej pod wpływem przemian technologicznych, a także społeczno-kulturowych?
4. Jak zmienił się sposób konsumpcji muzyki w związku z przełomem cyfrowym i ICT?
5. Jaki był wpływ czynników zewnętrznych, m.in. ekonomicznych, politycznych, społecznych, prawnych, a szczególnie technologicznych, na rozwój branży fonograficznej?
6. Jak przebiegała ekspansja międzynarodowa przedsiębiorstw nagraniowych oraz globalizacja branży i co miało na nią największy wpływ?
7. Jakie są relacje między prawem autorskim a rozwojem technologicznym w odniesieniu do branży fonograficznej?
8. Jakie rozwiązania prawne i regulacyjne zostały zaproponowane w celu zrównoważenia negatywnych zjawisk w branży fonograficznej spowodowanych przez rewolucję cyfrową i ICT?
9. Czy najnowsza technologia – blockchain – stworzy nowe możliwości w zakresie zarządzania prawami do muzyki nagranej, jej dystrybucji oraz monetyzacji?
10. Jakie mogłyby być potencjalne konsekwencje zmiany podejścia do wartości muzyki nagranej dla modelu funkcjonowania branży?

Przyjętą w niniejszej publikacji perspektywą badawczą jest perspektywa ekonomiki kultury. Jest to stosunkowo młoda dyscyplina [Ilczuk, 2015], będąca częścią ekonomii. M. Noga [2014, s. 84] definiuje ją jako dyscyplinę badającą „zjawiska i prawidłowości ekonomiczne w sferze (sektorze) kultury i jej przemyśle (kreatywnym przemyśle)”, a także jako naukę konstytuującą „efektywne instrumenty polityki gospodarczej dla rozwoju kultury, jako środka zaspokajania potrzeb ludzi z jednej strony i oddziaływania kultury na rozwój gospodarczy z drugiej strony”. Zastosowana metoda badawcza, czyli stworzony przez M.E. Portera model pięciu sił, wywodzi się jednak z nauk o zarządzaniu i była używana głównie do przeprowadzania analizy branżowej (sektorowej), a konkretnie do oceny konkurencji w sektorach gospodarki. Model stanowi część analizy strategicznej wykorzystywanej w organizacjach



przy tworzeniu strategii działania w określonym sektorze. Na model ten składają się następujące elementy:

- siła przetargowa nabywców – w przypadku branży fonograficznej są to zarówno konsumenci indywidualni, jak i klienci biznesowi;
- siła przetargowa dostawców, czyli twórców i wykonawców muzyki nagranej;
- groźba pojawienia się nowych konkurentów, którymi mogą być zarówno nowe firmy nagraniowe, jak i nowi pośrednicy, szczególnie w obszarze dystrybucji muzyki nagranej;
- groźba pojawienia się substytutów istniejących produktów – mogą to być zarówno nowi artyści, pod warunkiem zaistnienia ich substytucyjności, jak i nowe nośniki muzyki czy też formy jej konsumpcji;
- rywalizacja między istniejącymi w branży konkurentami – w branży nagraniowej odnosi się to do dominujących podmiotów, czyli międzynarodowych gigantów fonograficznych, oraz rzeszy niewielkich niezależnych wytwórni, a także dystrybutorów muzyki.

Ponieważ przedmiotem niniejszej analizy jest właśnie branża, a konkretnie branża fonograficzna (sektor fonograficzny), wybrany model wydaje się narzędziem adekwatnym do zdiagnozowania przemian, jakie w niej zachodziły, szczególnie w ciągu ostatnich 20 lat, i wciąż jeszcze zachodzą.

Na temat sektorów kultury i kreatywnych, w tym przemysłu fonograficznego, powstało wiele opracowań, przede wszystkim angielskojęzycznych. W wielu z nich podjęto kwestię wpływu rewolucji cyfrowej na funkcjonowanie tego przemysłu. Analizowano szeroko zagadnienie własności intelektualnej, piractwa, rozwoju p2p, opisano modele biznesowe, zgodnie z którymi mogą działać i działają różne podmioty na tym rynku, a także ostatnie innowacje, takie jak blockchain i ich potencjalny wpływ na funkcjonowanie branży nagraniowej. Liczne odwołania do tej literatury znajdują się w niniejszej książce. Zgodnie z aktualną wiedzą autorki branża fonograficzna jako obszar badawczy nie została jeszcze w polskiej literaturze szczegółowo omówiona. Po wpisaniu do wyszukiwarki Google Scholar słów kluczowych „branża fonograficzna” i „przemysł fonograficzny” pokazuje się niecałe 100 wyników. Publikacje na ten temat są rozproszone w wielu czasopismach, w których branża ta jest analizowana głównie z perspektywy marketingu, zarządzania, polityki kulturalnej czy też studiów kulturowych. Jedyna książka polskiego autora poświęcona w całości branży muzycznej powstała w 2009 r. [Gałuszka, 2009]. Niniejsza publikacja powstała więc również z myślą o uzupełnieniu tej luki na polskim rynku wydawniczym. Jest to dodatkowy cel autorki.

Książka składa się z pięciu rozdziałów. Rozdział 1 ma charakter wstępny, określono w nim ramy analizy, która będzie przeprowadzana w kolejnych częściach publi-

kacji. Zaczyna się on od sformułowania definicji takich pojęć, jak branża i sektor. Dalej została przedstawiona definicja branży fonograficznej oraz określone miejsce, jakie zajmuje ona wśród innych, pokrewnych jej branż, szczególnie w odniesieniu do przemysłów kultury. W kolejnej części szczegółowo zaprezentowano charakterystykę produktu branży fonograficznej, przedsiębiorstw, jakie w niej funkcjonują, a także strony popytowej branży, czyli konsumentów indywidualnych i instytucjonalnych. Jednym z istotnych elementów stały się kwestie prawa autorskiego, do których w całym tekście jest wiele odwołań.

W rozdziale 2 w ujęciu historycznym opisano makrootoczenie branży fonograficznej oraz jej umiędzynarodowienie i globalizację. Czynniki, które należą do makrootoczenia, czyli czynniki ekonomiczne, techniczne, polityczne, społeczne oraz – dodatkowo – prawne, składają się na analizę PEST (L), wykorzystywaną tradycyjnie do charakterystyki dalszego otoczenia branży. Analiza makrootoczenia zakreśla ramy funkcjonowania branży, pozwala zrozumieć, jak ona się zmienia, jak przedsiębiorstwa konkurują między sobą, a także to, jak kształtują się relacje tych przedsiębiorstw z dostawcami i nabywcami. Z kolei prześledzenie etapów umiędzynarodowienia i globalizacji branży wyjaśnia jej funkcjonowanie zarówno w modelu tradycyjnym, jak i w okresie rewolucji cyfrowej, oraz ukazuje historycznie istotne elementy będące motorem zmian przez cały okres jej istnienia.

Rozdział 3 zawiera charakterystykę branży fonograficznej w epoce przedcyfrowej. Modelem, który został wybrany do ustalenia zasad jej funkcjonowania w okresie od jej powstania do połowy lat 90. XX w., jest model pięciu sił Portera. Jest to jedno z klasycznych podejść do analizy branżowej (sektorowej) na poziomie mezo stosowanych w ekonomii. Model ten najlepiej pozwoli uwydatnić następnie zmiany dokonujące się w branży nagraniowej w czasie przełomu cyfrowego i ICT, a szczególnie zmianę układu sił, które działały pomiędzy konsumentami muzyki nagranej i jej producentami, czyli wytwórcami fonograficznymi oraz twórcami. Tłem dla analizy z wykorzystaniem pięciu sił Portera jest koncepcja oligonomu, zaproponowana przez S. Hannaforda [2007].

W rozdziale 4 przeprowadzono analizę zmian, jakie dokonały się w branży fonograficznej wraz z nastaniem rewolucji cyfrowej i ICT, czyli od połowy lat 90. XX w. Wtedy to bowiem zaczęły się w branży fonograficznej gwałtowne zmiany, przejawiające się przede wszystkim spadkiem sprzedaży płyt, a także przychodów firm fonograficznych oraz rozwojem nowych form dystrybucji i promocji muzyki. Źródłem tych zmian są przede wszystkim czynniki technologiczne (takie jak upowszechnienie się komputerów osobistych i rozwój globalnej sieci), na które nałożyła się cyfryzacja treści. Powyższe elementy, występując w synergii, wpłynęły nie tylko na sposób konsumpcji muzyki. Dzięki nowym technologiom zmianie uległ

też sam produkt – jego jakość, postać fizyczna oraz jego charakter jako dobra, co wpłynęło na zmianę układu sił w branży fonograficznej.

W pierwszej części rozdziału 5 zostały zaprezentowane rozwiązania z obszaru prawa autorskiego oraz regulacje odnoszące się do finansowania kultury (w tym muzyki), które zastosowano lub które planuje się zaimplementować w celu rozwiązania kryzysu w branży fonograficznej, który powstał w związku z funkcjonowaniem nieformalnych obiegów kultury, a także nowych modeli dystrybucji muzyki cyfrowej. Zjawiska te, chociaż do pewnego stopnia zostały uregulowane w kontekście zarówno prawa autorskiego, jak i biznesu, wciąż nie są zadowalające jako rozwiązania dla wszystkich podmiotów w branży, szczególnie twórców i nabywców. Okazuje się bowiem, że dużą część wytworzonej wartości przejmują nowi pośrednicy. W drugiej części rozdziału został omówiony blockchain – innowacja technologiczna, która wydaje się stwarzać nowe możliwości rozwoju branży fonograficznej, tym razem oferując szczególne rozwiązania twórcom.

W zakończeniu znalazły się rozważania dotyczące wartości muzyki nagranej w kontekście analizowanych w książce przemian, które zaszły zarówno przed przełomem cyfrowym i ICT, jak i pod jego wpływem.