Glazba u vrijeme pandemije Covid-19 - uloga streaming platformi

Užar, Tin

Undergraduate thesis / Završni rad

2022

Degree Grantor / Ustanova koja je dodijelila akademski / stručni stupanj: **Josip Juraj Strossmayer University of Osijek, Academy of Arts and Culture in Osijek / Sveučilište Josipa Jurja Strossmayera u Osijeku, Akademija za umjetnost i kulturu u Osijeku**

Permanent link / Trajna poveznica: https://urn.nsk.hr/urn:nbn:hr:251:941798

Rights / Prava: In copyright / Zaštićeno autorskim pravom.

Download date / Datum preuzimanja: **2024-03-29**

AKADEMIJA ZA UMJETNOST I KULTURU U OSIJEKU

THE ACADEMY OF ARTS AND CULTURE IN OSIJEK

Repository / Repozitorij:

Repository of the Academy of Arts and Culture in Osijek

zir.nsk.hr

SVEUČILIŠTE JOSIPA JURJA STROSSMAYERA U OSIJEKU

dabar

DIGITALNI AKADEMSKI ARHIVI I REPOZITORIJI

Sveučilište J. J. Strossmayera u Osijeku

Akademija za umjetnost i kulturu u Osijeku

Odsjek za instrumentalne studije

Preddiplomski sveučilišni studij Žičani instrumenti, smjer gitara

Tin Užar

Glazba u vrijeme pandemije Covid-19 – utjecaj streaming platformi

Završni rad

Mentor: red. prof. art. Davor Bobić

Sumentor: dr.sc. Igor Mavrin

Osijek, 2021.

Sažetak

Kulturno-kreativni sektor drastično je i dugoročno ekonomski pogođen uslijed krize prouzrokovane pandemijom bolesti Covid-19. Kriza je pritom iznjedrila i problem neodrživosti načina financiranja zasnovanog na projektnom tipu rada te nužnosti stvaranja održivog modela ulaganja u sektor. Digitalizacijom kulturno-umjetničkih sadržaja kultura bi postala dostupna široj populaciji, no i u toj se sferi nailazi na poteškoće. Glazbena je industrija također snažno pogođena pandemijom, a najveći je ekonomski pad doživjela zbog nemogućnosti koncertne aktivnosti. Velik pad doživjeli su i prihodi od autorskih prava te prihodi vezani uz sektor oglašavanja. Glazbene organizacije diljem svijeta razvile su mehanizme za ublažavanje ekonomskih posljedica pandemije, no navedeni mehanizmi samo usporavaju dugoročne učinke krize. *Streaming* platforme doživljavaju snažan razvoj u posljednjih nekoliko godina, a dolaskom pandemije taj se napredak znatno ubrzao. Utjecaj takvih platformi na glazbenu umjetnost tijekom pandemije bez sumnje je vrlo značajan budući da sve više glazbenika proširuje svoj utjecaj plasirajući svoje izvedbe putem novih digitalnih medija. Ta je digitalna mogućnost suvremenog društva glazbenicima osigurala egzistenciju, a njihovoj publici zabavu, interakciju te estetsko iskustvo u sigurnosti vlastitog doma.

Ključne riječi: kultura, glazbena umjetnost, *streaming*, pandemija, Covid-19

Abstract

The cultural and creative sector has been drastically and long-term economically affected by the Covid-19 pandemic crisis. The crisis also raised the problem of unsustainability of the financing methods based on the project type of work and the necessity to create a sustainable model of investment in this sector. Digitization of cultural and artistic content would make culture accessible to a wider population, but even in this area difficulties are found. The music industry was also hit hard by the pandemic and experienced the biggest economic downturn due to the impossibility of concert activity. Revenues from copyrights and revenues related to the advertising sector also fell greatly. Music organizations around the world have developed mechanisms to soothe the economic consequences of the pandemic, but these mechanisms are only slowing down the long-term effects of the crisis. Streaming platforms have experienced strong development in recent years, and with the arrival of the pandemic that progress was considerably accelerated. The impact of these platforms on music art during a pandemic is undoubtedly very significant as more and more musicians expands their influence by placing their performances through new digital media. This digital possibility of modern society has provided musicians with a livelihood, and their public with entertainment, interaction and an aesthetic experience in the security of their own home.

Key words: culture, music art, streaming, pandemic, Covid-19

Sadržaj

1. Uvod 1
2. Kultura i umjetnost u suživotu s pandemijom 2
3. Glazbena industrija u jeku pandemije 5
3.1. Utjecaj pandemije na glazbenu industriju Republike Hrvatske 6
4. Utjecaj streaming platformi 9
4.1. *Streaming* – medij budućnosti? 9
4.2. Razvoj *streaminga* i „participativne kulture“ 10
4.3. Twitch, YouTube Live i društvene mreže 11
4.4. Glazbeni *streaming* uslijed pandemije 12
5. Zaključak 15
Popis literature 16

1. Uvod

U ovom će se radu proučiti utjecaj *streaming* platformi na glazbenu umjetnost u vrijeme pandemije Covid-19.

Na izbor teme utjecalo je veliko zanimanje o aktualnim te ne odviše istraženim problemima glazbene industrije prouzrokovanim pandemijom. Središnji dio rada odnosi se na utjecaj *streaming* platformi na glazbenu industriju tijekom spomenute krize. Za navedenu je tematiku literatura oskudna, a informacije se mogu pronaći u istraživanjima vezanim za kulturu i umjetnost tijekom pandemije gdje se glazbena komponenta samo usputno spominje, znanstvenim člancima vezanim uz uslugu *streaminga* na engleskom jeziku te internetskim stranicama različitih medijskih kuća o glazbi u vrijeme pandemije. Upravo zbog nedostatka literature, temeljni je cilj ovog rada analizirati i raščlaniti ulogu glazbenog *streaminga* na umjetnike i njihovu publiku te glazbenu industriju općenito tijekom pandemije.

Koje su posljedice pandemije na kulturu i umjetnost? Kako su kulturno-umjetničke udruge i organizacije reagirale na krizu? Jesu li se našle pod utjecajem novih digitalnih medija? Kako je pandemija utjecala na glazbenu industriju u svijetu i u Hrvatskoj? Koje su mjere potrebne kako bi glazbena industrija uslijed pandemije preživjela? Što je *streaming* i koje su najpoznatije platforme za *streaming*? Koliki je utjecaj glazbenog *streaminga* tijekom pandemije u industriji popularne, ali i klasične glazbe, neka su od pitanja na koja će se pokušati odgovoriti.

Strukturalno, rad je podijeljen na tri glavna poglavlja i nekoliko potpoglavlja. Na početku rada donosi se kratak pregled općeg utjecaja pandemije na kulturno-kreativni sektor. Drugo poglavlje bavi se slikom glazbene industrije Hrvatske i svijeta tijekom pandemije, njezinih mogućih posljedica na industriju te mehanizmima pomoći za ublažavanje ekonomskih posljedica krize. Središnji dio rada odnosi se na općenite podatke o *streamingu*, njegovu razvoju i utjecaju te platformama namijenjenim *streamingu*. Također, u središnjem će se dijelu pokušati istražiti uloga *streaming* platformi na glazbenu umjetnost tijekom pandemije. Na kraju rada nalaze se zaključna razmatranja o proučavanoj temi te popis korištene literature.

2. Kultura i umjetnost u suživotu s pandemijom

Od početka globalnog širenja bolesti Covid-19 provedena su brojna istraživanja o utjecaju pandemije na područje kulture i umjetnosti. Istraživanja su obuhvaćala različite geografske prostore i umjetničke sadržaje, ali bez obzira na istraživački fokus, sva utvrđuju drastičnu pogođenost kulturnog i kreativnog sektora obaveznim mjerama fizičkog distanciranja, zatvaranja prostora namijenjenih kulturi (kazališta, kinodvorana, muzeja, galerija, koncertnih dvorana, kulturnih centara i sl.), otkazivanja kulturnih događanja (koncerata, izložbi, književnih promocija, kazališnih i plesnih predstava, filmskih projekcija, festivala i sl.) ili ograničavanja broja sudionika navedenih javnih okupljanja.[1] Nedavna studija o utjecaju mjera društvenog distanciranja na ekonomiju u Francuskoj navodi kako su uz hotele i restorane najviše pogođeni sektori umjetnosti i slobodnog vremena.[2] U drugoj se studiji o konzumiranju kulture i umjetnosti u gradovima Europske unije tijekom pandemije Covid-19 navodi podatak o više od 7 milijuna ugroženih radnih mjesta u kulturnom i kreativnom sektoru.[3] Zatvaranje prostora namijenjenih kulturi kao i otkazivanje ili odgađanje javnih događanja ne uzrokuju samo ekonomsku štetu kulturnim organizacijama i njihovim dionicima (umjetnicima i zaposlenicima), već stvaraju i snažne ekonomske gubitke u proračunima brojnih sredina, osobito gradova – nositelja kulturno-umjetničke aktivnosti. Zatvaranje granica i novi uvjeti prelaska granica ozbiljno ograničavaju i otežavaju mobilnost umjetnika, kulturnih profesionalaca i kulturnih dobara te njihovu međusobnu suradnju.

Na globalnoj razini pokrenute su diskusije o nužnosti razvoja mjera za sektor, a počinju se javljati i ideje o nužnosti drugačijeg razmišljanja o kulturnom sektoru, njegovom financiranju te posljedično tomu - o sveukupnom značenju kulture za društvo u cjelini.[4] Štoviše, kako naglašavaju Banks i O'Connor: „kultura se sve više (ponovno) uspostavlja kao javno dobro, a ne kao apstraktna industrija. Ona kao i ostale javne usluge kao što su zdravstvo ili

[1] Usp. Krolo, K., Tonković, Ž., Vidović, D., Žuvela A. (2020), *Utjecaj pandemije Covid-19 i zagrebačkog potresa na OCD-e u suvremenoj kulturi i umjetnosti*. Zagreb: Zaklada „Kultura nova", str. 7

[2] Usp. Pasikowska-Schnass, M. (2020), *EU support for artists and the cultural and creative sector during the coronavirus crisis*. European Union: European Parliamentary Research Service., str. 5, preuzeto 20. kolovoza 2021. sa:
https://www.europarl.europa.eu/RegData/etudes/BRIE/2020/649414/EPRS_BRI(2020)649414_EN.pdf

[3] Usp. Montalto, V., Sacco, P. L., Alberti, V., Panella, F., Saisana, M. (2020), *European Cultural and Creative Cities in COVID-19 times: Jobs at risk and the policy response*. Luxembourg: European Commission, JRC Science for Policy Report., str. 8, preuzeto 20. kolovoza 2021. sa:
https://publications.jrc.ec.europa.eu/repository/handle/JRC120876

[4] Primorac, J. (2021), *Izgubljeni prihodi i pronađena solidarnost: utjecaj prvog vala pandemije bolesti COVID-19 na kulturni sektor u jugoistočnoj Europi*, u: Sociologija i prostor, 59 (219), 219-240., str. 221-222

obrazovanje može biti shvaćena kao ekonomija, ali takva da joj je primarna svrha odgovoriti na društvene potrebe kao i na potrošačke prioritete.“[5] Globalna kriza uspjela je na vidjelo iznijeti svu ranjivost sektora kulture, neodrživost načina financiranja zasnovanog na tržišnim principima i projektnom tipu rada te nužnost drugačijeg gledanja na kulturu i na stvaranje održivijih modela razvoja tog sektora.

Zaklada „Kultura nova“ pridružila se nastojanjima brojnih europskih i međunarodnih organizacija, institucija te nadnacionalnih tijela u prikupljanju podataka o ranjivosti i otpornosti kulture te je u svibnju 2020. godine pokrenula istraživanje o utjecaju epidemije COVID-19 na organizacije civilnog društva u suvremenoj kulturi i umjetnosti Hrvatske. Istraživanje je potvrdilo početne pretpostavke o ugroženosti, ali i sposobnosti kulturno-umjetničkog sektora da brzo i adekvatno reagira na krizu. Također, istraživanje je potvrdilo da se ugroženost sektora ogleda na svim njegovim organizacijskim i programskim razinama, obuhvaćajući svakodnevnu rutinu uredskog poslovanja, prostore za produkciju i distribuciju, edukaciju i diskurzivne programe, prihode, putovanja te međunarodnu suradnju. Kao druga je krajnost potvrđena otpornost organizacija civilnog društva u suvremenoj kulturi i umjetnosti, odnosno njihova mogućnost prilagodbe kriznim vremenima.[6] Moguće je pretpostaviti da brza reakcija i sposobnost pronalaženja odgovora na negativne posljedice krize proizlazi iz njihovog kontinuiranog djelovanja u nestabilnim uvjetima rada koji su ih izvještili da se u konfrontaciji s krizom brzo pripreme, prilagode i reagiraju na promjene kako bi preživjeli, oporavili se i napredovali. To što su u stanju iznaći rješenje koje će dovesti do pozitivnog ishoda, rezultat je strateškog imperativa organizacija kako bi opstale u okolnostima krize. No, otpornost proizlazi i iz prirode njihove organizacijske strukture koja je fleksibilna pa su organizacije spremnije na brzu prilagodbu i promjenu, dok je njihova programska otpornost posljedica kulturno-umjetničke kreativnosti. Međutim, otpornost organizacija nije značajka koja bi se dugoročno trebala uzimati kao razlog za daljnje neadekvatno bavljenje sektorom kulture i umjetnosti s pozicije javnog sustava i politike.

Jedan od važnijih aspekata sadašnjeg, ali i budućeg rada kulturno-umjetničkog sektora tiče se digitalizacije i niza pitanja koje je navedena domena otvorila tijekom pandemije kada je kreativnost u digitalnom okruženju izuzetno porasla. No, prelazak u virtualni prostor i

[5] Citirano prema: Banks, M., O'Connor, J. (2020), *A plague upon your howling: art and culture in the viral emergency*., u: Cultural Trends, 7 (30), 1-16, str. 11, preuzeto 21. kolovoza 2021. sa: https://www.tandfonline.com/doi/full/10.1080/09548963.2020.1827931

[6] Krolo, K., Tonković, Ž., Vidović, D., Žuvela A. (2020), *Utjecaj pandemije Covid-19 i zagrebačkog potresa na OCD-e u suvremenoj kulturi i umjetnosti*., str. 61-63

digitalizacija kulture te korištenje drugih elektroničkih medija ne prolaze bez poteškoća prije svega zbog nedovoljnih kapaciteta i resursa kulturno-umjetničkog sektora, specifičnosti pojedinih umjetničkih disciplina, ali i daljnje nejednakosti u pristupu budući da na globalnoj razini velik broj građana još uvijek ne koristi internet i druge elektroničke medije.[7]

S obzirom na to da još nije poznato kada će kriza završiti i da se javljaju novi valovi pandemije širom svijeta, mnoge kulturne organizacije i dalje podliježu ozbiljnim zahtjevima već navedenih represivnih mjera te je već sad posve jasno da će posljedice utjecaja pandemije na kulturu i umjetnost biti dugoročne.

[7] Ibid, str. 64

3. Glazbena industrija u jeku pandemije

Glazbena industrija u cijelom svijetu snažno je pogođena krizom uzrokovanom bolešću Covid-19, a najveći udarac na prihode glazbenika osjetio se u koncertnoj aktivnosti. Nakon toga slijede autorski i izvođački honorari od korištenja glazbenih djela u ugostiteljskim objektima i hotelima te prihodi vezani uz sektor oglašavanja. Prema procjenama Svjetskog gospodarskog foruma, globalna vrijednost glazbene industrije veća je od 50 milijardi dolara, a procjenjuje se kako je njezino tromjesečno gašenje uslijed triju mjeseci *lockdowna* glazbenu industriju stajalo više od pet milijardi dolara samo od sponzorskih prihoda. Glavni izvori prihoda u glazbenoj industriji prihodi su od koncerata i javnih nastupa (oko 50%), a slijede ih prihodi od prodaje i korištenja glazbenih snimki te prihodi različitih sponzora. Prva dva izvora prihoda obuhvaćaju autorske honorare na koncertima, programima radijskih i televizijskih postaja, javnih nastupa u okvirima hotela ili ugostiteljskih objekata i slično. Od izbijanja Covid-19 krize najveće su ekonomske žrtve unutar glazbene industrije bili svi oni koji sudjeluju u organizaciji, postavljanju i reprodukciji glazbenih događanja, koncerata i javnih nastupa. Taj je dio prihoda glazbene industrije preko noći sveden na nulu. Osim samih glazbenika, bez prihoda su ostali i organizatori događanja, dvorane, producenti, najmodavci pozornica i opreme, tehničari te pomoćni djelatnici. Otkazivanjem javnih nastupa gase se i mnogi sponzorski prihodi. Također, prihodi od upotrebe glazbe u poslovanju znatno su uzdrmani uslijed novonastale situacije. Pandemija je uzrokovala i pad ulaganja u oglašavanje u elektroničkim medijima, što je usko vezano uz upotrebu glazbe te financijsku naknadu za njezinu primjenu. Prema procjenama Svjetskog istraživačkog centra za oglašavanje, očekivani pad u industriji oglašavanja na razini 2020. godine veći je od 8%. Još značajniji pad bilježi se u hotelijerstvu te u turističkim i ugostiteljskim djelatnostima koje se izravno odražavaju na prihode od korištenja glazbe u poslovanju. Navedeni se segment znatno i pomalo neočekivano oporavio u 2021. godini, no potrebna je detaljnija analiza te paradigme kako bi se ona mogla sa sigurnošću potvrditi.[8] Globalna kreativna zajednica traži odgovore i rješenja još od prvih naznaka krize - međunarodne organizacije i udruge, društva za kolektivno ostvarivanje prava kao i glazbeni profesionalci, u potrazi su za najboljim načinima preživljavanja navedene krize.

[8] Preuzeto 21. kolovoza 2021. sa: https://www.zamp.hr/clanak/pregled/2361/6-nezapamcenih-mjeseci-za-glazbenike-hrvatske-i-svijeta

Fizička je prodaja glazbenih sadržaja (oko 25% ukupnih glazbenih prihoda) uslijed pandemije smanjena za oko jednu trećinu, što ne čudi s obzirom na zatvaranje maloprodajnih trgovina. S druge strane, digitalna je prodaja pala za oko 11%, što je u skladu s općim padom potrošnje. Također, dokazi potvrđuju da se način na koji ljudi slušaju glazbu tijekom Covid-19 krize znatno mijenja, a sve više potrošača koristi aplikacije na televizijskim prijemnicima i pametnim telefonima. U prvom tromjesečju 2020. godine prihodi pretplate na elektroničke glazbene sadržaje porasli su za 70% u odnosu na prethodnu godinu. *Spotify,* usluga koja omogućuje prijenos glazbenih sadržaja uz određenu naknadu primjećuje porast od 50% u potrošačkom dijelu tijekom 2020. godine. Što se tiče količine konzumirane glazbe, početni podatci pokazuju smanjenje *streaminga* za 7-9%. U 2021. godini taj parametar doživljava oporavak, dok se *streaming* glazbenih video zapisa značajno povećao.[9] Nadalje, glazbena je industrija uslijed Covid-19 krize podložna smanjenju troškova oglašavanja diljem svijeta. Potrošnja na digitalno oglašavanje u SAD-u i Ujedinjenom kraljevstvu tijekom 2020. pala je za oko 46%. To će, u kombinaciji sa smanjenjem potrošnje na digitalne oglase (oko 33%) utjecati na glazbene kanale podržane oglasima, ali i na ukupne industrijske prihode i individualne prihode umjetnika.[10] Što se tiče distribucije glazbenog sadržaja, velik je broj glazbenih umjetnika koji su odgodili izdanja svojih autorskih ostvarenja većinom zbog nemogućnosti korištenja turneja za promociju novih albuma. Postpandemijsko razdoblje bit će izazovno, a obnova povjerenja potrošača unutar glazbene industrije vrlo zahtjevna. Istraživanje provedeno u SAD-u pokazuje da bez velike procijepljenosti stanovništva, manje od polovine američkih potrošača planira ići na koncerte, filmove i sportska događanja što će posebice, kao što je već navedeno, utjecati na izvođače.[11]

3.1. Utjecaj pandemije na glazbenu industriju Republike Hrvatske

Utjecaj pandemije na glazbenu industriju Republike Hrvatske razmjeran je onom svjetskom, a najviše se ogleda u ekonomskim gubitcima uslijed zabrana koncerata i javnih nastupa. O navedenoj je tematici Hrvatska diskografska udruga (HDU) provela istraživanje došavši do zanimljivih spoznaja. Unutar glazbenog tržišta Republike Hrvatske dominiraju mali poduzetnici od kojih je čak 90% samozaposleno ili imaju do 10 zaposlenih radnika. Ekonomski gubitci za ožujak 2020. godine većinski su između 30-50% (23% ispitanika) ili

[9] Preuzeto 21. kolovoza 2021. sa: https://www.weforum.org/agenda/2020/05/this-is-how-covid-19-is-affecting-the-music-industry/
[10] Ibid
[11] Ibid

više od 50% (50% ispitanika) dok samo 7% anketiranih nije navelo gubitke u poslovanju. Na pitanje kolike gubitke očekuju za cjelokupnu 2020. godinu, čak 64% anketiranih navodi kako očekuje više od 50% gubitaka, dok samo 4% ispitanih ne očekuje gubitke. Struktura je ispitanih takva da ih se 56% bavi organizacijom koncerata, njih 33% bavi se izdavaštvom, dok se 17% ispitanika bavi maloprodajom glazbenih izdanja u vlastitoj trgovini. Mali postotak ispitanih u domeni je snimanja i produkcije (7%), dok je najmanje reproduktivnih umjetnika (7%) te skladatelja i aranžera (4%). Očekivano, dio poslovanja najviše pogođen krizom (mjerama) zabrana je koncerata i javnih nastupa (51%), zatim slijede prodaja te fizička i digitalna distribucija (19%) te snimanje i produkcija (9%). Čak 87% ispitanika upoznato je s mjerama vezanim uz ublažavanje posljedica krize na ekonomiju, ali samo 41% aktivno koristi navedene mjere, od kojih čak 78% koristi potpore za očuvanje radnih mjesta Hrvatskog zavoda za zapošljavanje u iznosu od 3250 kuna po radniku. Na pitanje koje bi mjere sami predložili za olakšavanje poslovanja za vrijeme i nakon proteka krize uzrovane pandemijom, 24% ispitanih smatra kako je potreban otpis svih potraživanja za vrijeme trajanja pandemije, 20% tvrdi kako je dovoljno produljenje postojećih mjera do kraja 2020. godine, dok 20% ispitanika želi veću financijsku pomoć strukovnih udruga i Ministarstva kulture. Nadalje, 12% anketiranih želi zagarantirani osobni dohodak, a 11% tvrdi kako je potrebno povećanje obveznog praga emitiranja domaće glazbe u medijima. Iz provedenog se istraživanja mogu izvesti zaključci kako se u glazbenom tržištu Hrvatske, većinski sastavljenom od malih poduzetnika, očekuju veliki gubitci (veći od 50%), a glavni je razlog tome zabrana koncerata i javnih nastupa. Najveći problem koji se ogleda u dionicima navedenog istraživanja jest prosječan odaziv mjerama za ublažavanje posljedica krize te pomalo nerealni zahtjevi upućeni glazbenim organizacijama te politici.

Kao odgovor na trenutne pritiske, glazbene su organizacije diljem svijeta, pa tako i one hrvatske, razvile mjere za ublažavanje ekonomskih posljedica pandemije. Hrvatsko društvo skladatelja objavilo je prvi paket mjera iz „Fonda solidarnosti“ za redovne i pridružene članove. Glazbeni autori pogođeni izvanrednim gospodarskim stanjem mogli su računati na 550 tisuća kuna pomoći iz navedenog fonda. Kriteriji po kojima se odlučivalo o dodjeli jednokratnih bespovratnih sredstava uzimaju obzir težinu ugroze člana, dosadašnju aktivnost i činjenicu koliko su autorske naknade bitne za egzistenciju pojedinog člana. Hrvatski zavod za zapošljavanje dodjeljivao je potpore za očuvanje radnih mjesta u ukupnom iznosu od 5 milijardi dolara, odnosno 3250 kuna po radniku koji radi u punom radnom vremenu. Također, objavljuju se i potpore umjetnicima koji profesionalno obavljaju umjetničku djelatnost, a

kojima se doprinosi uplaćuju iz državnog proračuna. Navedena mjera provodi se u suradnji Ministarstva kulture i Hrvatske zajednice samostalnih umjetnika. Služba za zaštitu autorskih prava u okviru Hrvatskog društva skladatelja (HDS ZAMP) odgodila je izdavanje i slanje računa za ožujak 2020. godine svim ugostiteljskim objektima, hotelima, restoranima, frizerskim salonima i drugim malim korisnicima. Nadalje, Hrvatska diskografska udruga (HDU) poziva sve medije da, sukladno mogućnostima i programskim smjernicama, povećaju emitiranje domaće glazbe različitih žanrova.[12] Mehanizmi oporavka u Republici Hrvatskoj postoje i trebaju se koristiti u što većem obujmu, no oni će samo usporiti i odgoditi neizbježne dugoročne posljedice krize na glazbenu industriju.

[12] Preuzeto 22. kolovoza 2021. sa: https://www.muzika.hr/mjere-glazbenih-organizacija-koronavirus-pandemija/

4. Utjecaj streaming platformi

U ovom će se poglavlju pokušati utvrditi utjecaj *streaming* platformi na popularnu, ali i klasičnu glazbu u vrijeme pandemije. Osim toga, raščlamba će se, kao nužan preduvjet analitičkom dijelu, jezgrovito dotaknuti pojma *streaming*, njegovog razvoja te najpoznatijih platformi.

4.1. *Streaming* – medij budućnosti?

Streaming kao internetska usluga zadnjih je nekoliko godina u snažnom razvoju kao jedan od vidova zabave na internetu (osobito među mlađom populacijom) koji svakom godinom sve više raste, kako brojem korisnika tako i pružatelja.[13] Stvaranje *streaming* sadržaja od strane različitih kreatora na stranicama poput YouTube-a, Twitch-a te različitih društvenih mreža (ponajprije Facebook-*a* i Instagram-*a*) pokazalo se unosnim poslom kojem baš svatko može pristupiti. Navedene platforme i društvene mreže omogućavaju korisnicima da koristeći mobilne uređaje ili računala prenose svoj sadržaj u stvarnom vremenu. Također, publika ostvaruje međudjelovanje sa *streamerom* i ostalim gledateljima putem interaktivnog razgovora, a može ih i nagraditi različitim simboličkim postupcima (oznaka sviđa mi se i slično) ili novcem.[14]

Nalazimo se u vremenu kada klasični mediji sve više moraju mijenjati svoju infrastrukturu i platforme putem kojih funkcioniraju kako bi opstali i zadržali postojeću publiku. S druge strane, *streaming* kao način zabave ne pokazuje znakove opadanja, već prijeti kako će brzim rastom uz klasične digitalne videozapise postati jedan od glavnih vrsta medija budućnosti.[15] *Online influenceri* i društvene mreže preuzeli su trećinu industrije kada je u pitanju kreiranje sadržaja i javnog mijenja, dok društvene mreže kao platforme za plasiranje vijesti zauzimaju gotovo 50%. *Streaming* stvara svojevrsno ujednačeno područje gdje se svatko može ostvariti i

[13] Preuzeto 22. kolovoza 2021. sa: https://blog.globalwebindex.com/chart-of-the-day/the-rise-of-live-streaming-2/

[14] Usp. Scheibe, K., Fietkiewicz, K. J., Stock, W. G., (2016), *Information Behavior on Social Live Streaming Services*, u: Journal of Information Science Theory and Practice, 4 (2), 6-20, str. 6, preuzeto 21. kolovoza 2021. sa: https://www.researchgate.net/publication/304928430_Information_Behavior_on_Social_Live_Streaming_Services

[15] Usp. Stanyer, J. (2001), *The New Media and the Old: The Press, Broadcasting and the Internet*, u: Parliamentary Affairs 54 (2), 349-359, str. 358, preuzeto 22. kolovoza 2021. sa: https://academic.oup.com/pa/article/54/2/349/1418259

pronaći svoju publiku. Najrašireniji *streamovi* tiču se tematike video-igara, no postoji čitav dijapazon područja u kojem *streameri* djeluju. Poznati *life-streameri*, ljudi koji svoje svakodnevne živote dijele na spomenutim domenama okupljaju sve veću publiku koja iz udobnosti vlastitog naslonjača uživa gledajući nečiju svakodnevicu. Dakako, usluge *streaminga* koriste se i u glazbenoj industriji. Velik dio sadržaja svakog *streaminga* proizlazi iz međusobne komunikacije i interakcije *streamera* sa svojim obožavateljima. U prosječnom je *streamu* publika ta koja će predložiti *streameru* određenu glazbu, odjevni predmet ili određeni potez u video igri. *Streameri* su, poput publike, svjesni važnosti interakcije i integracije publike i praćenog sadržaja te nastoje pridonijeti njihovom razvitku.

4.2. Razvoj *streaminga* i „participativne kulture“

Fundamentalna promjena koju je internet izazvao kod načina konzumacije i cirkulacije sadržaja vrlo je bitna za uspjeh *streaminga* kao medija. Nastankom velikih mreža korisnika koje omogućavaju nebrojenu količinu različitih modela komunikacije, internet je omogućio promjenu korisnika sadržaja od pasivnih modela prema participativnima.

Gotovo svaka konzumacija sadržaja i cirkulacija informacija putem interneta ne događa se kao izolirani slučaj, već kao kap u moru konstantnih valova informacija koji se stalno mijenjaju, a u kojima sami konzumenti igraju ulogu i distributera i spremišta informacija. Henry Jenkins isti je fenomen nazvao „participativnom kulturom“[16], u početku kako bi objasnio dinamiku ponašanja zajednica fanova. Daljnjim razvitkom „participativne kulture“ granice između pasivne publike i kreatora sadržaja sve se više brišu. S druge strane, Rosen tvrdi kako *streaming* kao medij, preuzimajući kontrolu od velikih medijskih tvrtki, omogućuje decentralizaciju proizvodnje medijskog sadržaja te vrtoglavi razvitak virtualnih zajednica.[17] Negativne su posljedice utjecaja *streaminga* moguća velika količina amaterizma u kreaciji sadržaja te svijet u kojem se svi zatvaraju unutar svojih virtualnih zajednica u kojima se njihovo mišljenje isključivo potvrđuje. Razvitak novih ekonomskih modela uključio je *streamere* u industriju zabave o čemu svjedoče znatni financijski iznosi koje zarađuju donacijama, sponzorstvom, ali i nastupima uživo te susretima sa svojim fanovima. Zaključno,

[16] Usp. Jenkins, H., Ford, S., Green, J. (2013) *Spreadable Media: Creating Value and Meaning in a Networked Culture*, u: MedieKultur 30 (56) 191-194, str. 2, preuzeto 22. kolovoza 2021. sa: https://www.researchgate.net/publication/298428278_Henry_Jenkins_Sam_Ford_Joshua_Green_Spreadable_media_Creating_Value_and_meaning_in_A_Networked_Culture_New_York_New_York_University_Press_2013

[17] Usp. Rosen, J (2012) *The People Formerly Known as the Audience*. New York: New York University Press, str. 13, preuzeto 23. kolovoza 2021. sa: https://www.researchgate.net/publication/291188722_The_People_Formerly_Known_as_the_Audience

streaming nastaje radi unapređenja postojeće tehnologije, zbog kulturnih i ekonomskih razlika u vremenu, ali i razlika u konzumaciji medija, osobito među mlađim generacijama.

4.3. Twitch, YouTube Live i društvene mreže

Jedna od najpopularnijih internetskih stranica koja služi kao platforma za *streamere,* Twitch, nastala je 2007. godine. Današnji vlasnik Twitcha, Twitch Interactive podružnica je međunarodne korporacije Amazon, a od 2018. godine broji preko dva milijuna *streamera* mjesečno te 15 milijuna aktivnih korisnika dnevno. Specijaliziran za video-igre, Twitch praktički ima monopol po pitanju *streamanja* i praćenja rastuće industrije *e-sportsa*.[18] Iako je Twitch fokusiran pretežito na videoigre, zamjetni je uspjeh polučio i njegov glazbeni odsječak. Twitch je specifičan upravo zbog svoje inkorporacije *streaming* kanala u određenu vrstu društvene zajednice. Interaktivni razgovor koji se nalazi pored prijenosa i kojem u stvarnom vremenu mogu pristupiti svi gledatelji jedan je od bitnijih faktora navedene stranice. Upravo se putem interaktivnog razgovora odvija komunikacija svih gledatelja, omogućava interakcija sa *streamerom* te se stvara kontinuirani osjećaj zajednice.

Youtube je kao uvriježena stranica za reprodukciju snimljenih videa uvidio priliku i u razvitku *streaminga* uživo. Usluga je 2013. godine otvorena svakoj osobi sa YouTube kanalom.[19] Slično kao i Twitch, internetska stranica sadrži interaktivni razgovor u stvarnom vremenu putem kojeg gledatelji mogu komunicirati.

Mogućnost prijenosa uživo postala je dostupna i na popularnim društvenim mrežama poput Facebooka i Instagrama. Iako inicijalno nisu bile namijenjene *streamingu* uživo, inkorporacija te mogućnosti u postojeću infrastrukturu navedenih društvenih mreža omogućila je novu vrstu izražavanja pa tako svatko sa Instagram ili Facebook profilom može započeti prijenos uživo. Instagram se većinski koristi za osoban prijenos uživo putem kojeg korisnici svojim prijateljima i pratiteljima prenose što se događa oko njih. Facebook najčešće koriste službene stranice kulturnih organizacija, sportskih udruženja i drugih subjekata za prijenos kulturnih i sportskih sadržaja te događanja. Niti jedan od *streaming* mogućnosti u klasičnim društvenim mrežama nije dosegao popularnost Twitcha ili YouTube-a, no one omogućavaju upoznavanje

[18] Preuzeto 23. kolovoza 2021. sa: https://beta.techcrunch.com/2011/08/11/justin-tvs-video-gaming-portal-twitch-tv-growing-fast/

[19] *Hrvatska enciklopedija, mrežno izdanje.* (2021), Leksikografski zavod Miroslav Krleža, preuzeto 23. kolovoza 2021. sa: http://www.enciklopedija.hr/Natuknica.aspx?ID=68388

najvećeg broja ljudi sa samim konceptom prijenosa uživo što zauzvrat doprinosi globalnom širenju pojma, ali i usluge.

4.4. Glazbeni *streaming* uslijed pandemije

Usluga glazbenog *streaminga* postojala je i prije krize uvjetovane pandemijom, no navedena je kriza proširila broj konzumenata takvog sadržaja. Dok je kriza dramatično utjecala na koncertni glazbeni sektor i na skladatelje, glazbeni *streaming* većinom nastavlja svoj rast. Tijekom ožujka 2020. godine, glazbeni je *streaming* u SAD-u doživio pad potrošnje uslijed krize, ali je već u sljedećem mjesecu zabilježen porast. Također, Italija i Španjolska, tržišta najteže pogođena pandemijom, zabilježile su značajan pad u potrošnji *streaminga*.[20] Pandemija je natjerala glazbenu industriju da postane kreativnija pa je glazbenicima bilo nužno integrirati nove oblike medija u svoju svakodnevicu kao način zadržavanja i povećanja publike. *Streaming* platforme pružaju detaljne podatke o korisnicima (ne mogu se identificirati) pojačavajući svoj utjecaj na korisnika putem ciljanog internetskog marketinga. Navedene platforme omogućuju nove metode unovčavanja te pristupa glazbenom sadržaju (primjerice članstvo u kanalima izvođača koji omogućuju rani pristup sadržaju, ali virtualna okupljanja te značajke komentiranja). Zbog svega navedenog jasno je kako suradnja između glazbenika i novih medija doživljava značajan rast od početka krize te kako dijeljenje glazbe uživo putem različitih platformi i društvenih mreža znatno pridonosi objema stranama.

Tijekom ožujka 2020. godine, broj korisnika koji sudjeluju u *streamingu* uživo narastao je na platformama poput Twitcha, YouTube-a, Facebook-a te Instagrama. Gledanost na Twitchu u odsječku namijenjenom glazbi narasla je za 524%. House izvođač Diplo pokrenuo je na Twitchu *streaming* koncerata pod nazivom *Corona World Tour*. Također, *Bandsintown* (internetska stranica koja omogućava korisnicima primanje obavijesti o turnejama glazbenika) pokrenuo je virtualni *streaming* festival pod nazivom *Music Marathon* na svom Twitch kanalu. U ožujku 2020. godine zabilježeno je povećanje od 70% u *streamingu* uživo na Instagramu unutar tržišta SAD-a. Reper Tory Lanez je na Instagramu pokrenuo prijenos uživo pod nazivom *Radio u karanteni* te zabilježio rekordnih 350 tisuća gledatelja. Dua Lipa je upotpunila izlazak svog novog albuma, izvodeći i komentirajući svaku pjesmu na platformi YouTube Live, dok je Clairo premijerno predstavila nove pjesme na istoj platformi. Virtualni humanitarni *streaming* koncert „One World: Together at Home“ okupio je vodeće svjetske

[20] Preuzeto 23. kolovoza 2021. sa: https://www.forbes.com/sites/kristinwestcottgrant/2020/05/16/the-future-of-music-streaming-how-covid-19-has-amplified-emerging-forms-of-music-consumption/?sh=36fb315c444a

glazbene zvijezde (The Rolling Stones, Paul McCartney, Stevie Wonder, Elton John, Rod Stuart, Lady Gaga, Camila Cabello, Jennifer Lopez, Celeste, Chris Martin, Jason Mraz, John Legend, Meghan Trainor, One Republic, Rita Ora, Luis Fonsi, Jessie J, Kesha i drugi) te privukao 21 milijun gledatelja na različitim televizijskim kanalima (ABC, CBS, BBC) te internetskim platformama (YouTube Live, Instagram, Facebook, Spotify, Deezer, Twitter, Yahoo, Amazon Prime).[21]

I klasični su se glazbenici uslijed pandemije većinski brzo prilagodili novim uvjetima nastupa putem prijenosa uživo. Sve je više organizacija klasične glazbe te reproduktivnih umjetnika koji svoje koncerte i nastupe plasiraju putem novih digitalnih medija. Na taj klasična glazba postaje dostupna širem krugu ljudi, a ne samo poznavaocima i ljubiteljima klasične glazbe koji većinski posjećuju koncerte. Uslijed pandemije brojne su svjetski poznate filharmonije i operne kuće (Berlinska filharmonija, Kraljevska filharmonija u Liverpoolu, Londonska kraljevska opera, Metropolitan opera, opera u Milanu i druge) svoje nastupe postavljale na svojim internetskim stranicama ili na svojim društvenim mrežama (većinski Facebook). Nadalje, samostalni umjetnici i ansambli komorne glazbe svoje su izvedbe uživo većinski plasirale na YouTube-u te vlastitim društvenim mrežama (Facebook i Instagram). Primjerice, koncert violinista Maxima Vengerova iz ožujka 2020. godine pogledalo je do danas gotovo 200 000 ljudi, a 1500 gledatelja pratilo je koncert uživo[22] putem platforme YouTube Live, što je svakako više no što se može smjestiti u prosječnu koncertnu dvoranu. Dakako, što je u koncert uključeno više medija putem kojih se navedeni događaj prikazuje, povećava se i broj gledatelja.

Zanimljivo istraživanje o demografskom profilu slušatelja klasične glazbe tijekom *lockdowna* predstavili su globalna platforma za slušanje glazbe Deezer i Kraljevska filharmonija iz Londona. Studija navodi kako je tijekom *lockdowna* došlo do povećanja slušatelja klasične glazbe na Deezeru za 17%. Također, rezultati govore kako u Ujedinjenom Kraljevstvu osobe mlađe od 35 godina (većinski ženskog spola) slušaju klasičnu glazbu 8% više od nacionalnog prosjeka. Wolfgang Amadeus Mozart postaje sve popularniji skladatelj, a njegova su djela u ožujku 2020. godine na Deezeru slušana za 38% više nego u veljači iste godine. Talijanski pijanist i skladatelj Ludovico Einaudi bio je najslušaniji klasični glazbenik na svijetu (putem Deezera) u prvoj polovini 2020. godine, dok su u prvih deset još i Andrea Bocelli, John

[21] Ibid
[22] Preuzeto 24. kolovoza 2021. sa: https://www.classicfm.com/music-news/coronavirus/changed-classical-music/

Williams, Max Richter, Luciano Pavarotti i drugi.[23] Na temelju navedenih podataka zaključno se može potvrditi kako je *lockdown*, uslijed neodržavanja koncertnih aktivnosti, očekivano rezultirao povećanjem *streaminga* za većinu klasičnih glazbenika. U teškim i neizvjesnim vremenima očito je da se ljudi iz različitih razloga sve više vraćaju klasičnoj glazbi.

Poput mnogih drugih djelatnosti i klasični su glazbenici tijekom *lockdowna* koristili različite platforme (Zoom, Skype i ostale) za videokonferencije kao još jedan tip *streaminga* kako bi održavali probe ansambala i komornih sastava, ali i kako bi podučavali budući da se znatan broj njih bavi i pedagoškim radom.

Digitalne mogućnosti suvremenog društva poput *streaminga* glazbenim su umjetnicima olakšale egzistenciju, a njihovoj publici donijele interakciju s njima, zabavu i opuštanje, bijeg od stvarnosti uslijed pandemije, određeno duhovno i estetsko iskustvo te emocionalno zadovoljstvo. No, bez obzira na brojne kvalitete *streaminga*, najbolji je način za slušanje glazbe svakako onaj uživo u koncertnim dvoranama ili drugim objektima namijenjenim za koncerte.

[23]Preuzeto 24. kolovoza 2021. sa: https://www.bpi.co.uk/media/2518/the-classical-revival-2020_final.pdf

5. Zaključak

Kulturno-kreativni sektor drastično je i vrlo vjerojatno dugoročno pogođen mjerama na koje je utjecalo širenje bolesti uzrokovane Covid-19. Mjere su stvorile ekonomsku štetu kulturnim organizacijama i njihovim dionicima, ali i proračunima brojnih sredina, osobito gradova. Pandemija je pritom iznjedrila i problem neodrživosti financiranja kulture i umjetnosti te nužnosti stvaranja održivijih modela razvoja tog sektora. Proces digitalizacije kulture nailazi na brojne poteškoće prije svega zbog nedovoljnih resursa kulturno-umjetničkog sektora, ali i daljnje nejednakosti u pristupu digitalnim medijima na globalnoj razini.

Glazbena je industrija kao dio kulturno-kreativnog sektora također snažno pogođena pandemijom, a najveći ekonomski pad doživjela je zbog nemogućnosti koncertne aktivnosti, ali i pada prihoda od autorskih prava te smanjenja ulaganja u oglašavanje. Također, glazbene su organizacije diljem svijeta razvile mehanizme za ublažavanje ekonomskih posljedica pandemije, no navedeni mehanizmi samo će usporiti i odgoditi dugoročne posljedice krize.

Streaming platforme te društvene mreže s uslugom prijenosa uživo u posljednjih su nekoliko godina doživjele snažan razvoj kao jedan od dionika industrije zabave putem interneta. Ono što privlači njihove konzumente svakako su međusobna komunikacija, interakcija sa *streamerom* te kontinuirani osjećaj zajednice. Iako je usluga glazbenog *streaminga* postojala i prije krize uvjetovane pandemijom, navedena kriza dodatno povećava broj konzumenata takvog sadržaja. Sve je više glazbenika koji proširuju svoj utjecaj plasirajući svoje koncerte i nastupe putem *streaming* platformi. Zaključno, uloga *streaming* platformi na glazbenu industriju tijekom pandemije vrlo je značajna budući da je ta digitalna mogućnost suvremenog društva glazbenim umjetnicima osigurala opstanak, a njihovoj publici zabavu, interakciju te estetsko iskustvo.

Za podatke o konačnom utjecaju *streaming* platformi na glazbenu industriju ovog vremena morat će se pričekati završetak pandemije te povratak glazbenih sadržaja na pozornice. Hoće li odlazak na glazbeno događanje i dalje predstavljati društveni događaj ili će se dogoditi još rapidniji uspon *streaming* platformi te će publika takve događaje radije gledati u udobnosti vlastitoga doma? Taj bi problem mogao poslužiti kao ishodišna točka daljnjim istraživanjima.

Popis literature

Banks, M., O'Connor, J. (2020), *A plague upon your howling: art and culture in the viral emergency*., u: Cultural Trends, 7 (30), 1-16

Hrvatska enciklopedija, mrežno izdanje. (2021), Leksikografski zavod Miroslav Krleža

Jenkins, H., Ford, S., Green, J. (2013) *Spreadable Media: Creating Value and Meaning in a Networked Culture*, u: MedieKultur 30 (56) 191-194

Krolo, K., Tonković, Ž., Vidović, D., Žuvela A. (2020), *Utjecaj pandemije Covid-19 i zagrebačkog potresa na OCD-e u suvremenoj kulturi i umjetnosti*. Zagreb: Zaklada „Kultura nova"

Montalto, V., Sacco, P. L., Alberti, V., Panella, F., Saisana, M. (2020), *European Cultural and Creative Cities in COVID-19 times: Jobs at risk and the policy response*. Luxembourg: European Commission, JRC Science for Policy Report.

Pasikowska-Schnass, M. (2020), *EU support for artists and the cultural and creative sector during the coronavirus crisis*. European Union: European Parliamentary Research Service.

Primorac, J. (2021), *Izgubljeni prihodi i pronađena solidarnost: utjecaj prvog vala pandemije bolesti COVID-19 na kulturni sektor u jugoistočnoj Europi*, u: Sociologija i prostor, 59 (219), 219-240

Rosen, J (2012) *The People Formerly Known as the Audience*. New York: New York University Press

Scheibe, K., Fietkiewicz, K. J., Stock, W. G., (2016), *Information Behavior on Social Live Streaming Services*, u: Journal of Information Science Theory and Practice, 4 (2), 6-20

Stanyer, J. (2001), *The New Media and the Old: The Press, Broadcasting and the Internet*, u: Parliamentary Affairs 54 (2), 349-359

https://www.zamp.hr/clanak/pregled/2361/6-nezapamcenih-mjeseci-za-glazbenike-hrvatske-i-svijeta (pristupljeno 21. kolovoza 2021.)

https://www.weforum.org/agenda/2020/05/this-is-how-covid-19-is-affecting-the-music-industry/ (pristupljeno 21. kolovoza 2021.)

https://www.muzika.hr/mjere-glazbenih-organizacija-koronavirus-pandemija/ (pristupljeno 22. kolovoza 2021.)

https://blog.globalwebindex.com/chart-of-the-day/the-rise-of-live-streaming-2/ (pristupljeno 22. kolovoza 2021.)

https://beta.techcrunch.com/2011/08/11/justin-tvs-video-gaming-portal-twitch-tv-growing-fast/ (pristupljeno 23. kolovoza 2021.)

https://www.forbes.com/sites/kristinwestcottgrant/2020/05/16/the-future-of-music-streaming-how-covid-19-has-amplified-emerging-forms-of-music-consumption/?sh=36fb315c444a (pristupljeno 23. kolovoza 2021.)

https://www.classicfm.com/music-news/coronavirus/changed-classical-music/ (pristupljeno 24. kolovoza 2021.)

https://www.bpi.co.uk/media/2518/the-classical-revival-2020_final.pdf (pristupljeno 24. kolovoza 2021.)