

Hudba, hudební kompozice, provozování hudby a celé univerzum hudby byly vždy součástí komplexu umění a kultury, který byl vždy do značné míry autonomní oblastí, ale zároveň i součástí celého společensko-historického procesu ve všech jeho vrstvách. Hudba tak byla ovlivňována nejen konkrétním historickým kontextem, společenským a duchovním zázemím a jeho změnami, ale **do značné míry i všemi společensko-politickými a ekonomickými procesy a zároveň byla ovlivněna procesem proměn technologií a technologickým nebo dokonce průmyslovým vývojem.**

S odstupem téměř třiceti let od roku 1989, kdy naše republika, zpočátku ještě jako společný federativní stát Čechů (Moravanů, Slezanů) a Slováků, prošla závažnými politickými, společenskými a ekonomickými změnami, můžeme dnes analyzovat nejen příčiny a výsledky proměn českého hudebního průmyslu, ale zmínit i jisté zárodky těchto procesů v předchozí dekádě osmdesátých let. V úvodu bych ještě chtěl zdůraznit, že ve smyslu obecně přijímaných definic budu za hudební průmysl považovat spojení nahrávacího průmyslu, který je důležitým jádrem a historickým iniciátorem vzniku tohoto odvětví jako moderního průmyslu, nakladatelské oblasti, **živého provozování hudby** a samozřejmě i součástí, kterou pokládám za nesmírně důležitou, protože má veškeré atributy rozvinuté, byť specifické průmyslové výroby, totiž výroby hudebních nástrojů. Chtěl bych se zmínit i o jisté terminologické potíži se spojením **»nahrávací průmysl«** »recording industry«. V minulosti býval běžný termín **»gramofonový průmysl«**, obsahoval všechny důležité součásti tohoto komplexu – produkci (to znamená vlastní nahrávání), distribuci a maloobchod a samozřejmě i výrobu přístrojů, které umožňovaly přehrávání natočených nahrávek. Tady se ovšem hudební průmysl již stýkal s elektrotechnickým průmyslem a dalšími průmyslovými odvětvími. Dnes je někdy, i když ne všude a vždy, považován termín **»gramofonový průmysl«** za zastaralý a užívá se z angličtiny převzatého termínu **»nahrávací průmysl«**. To bohužel, v češtině není úplně výstižné, řada subjektů se totiž opravdu zabývá **jen** nahráváním a jejich aktivita končí předáním nahrávky buď na fyzickém paměťovém zařízení nebo odesláním přes internet. Termín hudební průmysl je zase poněkud širší, jak jsem uvedl, ale v této souvislosti s jasným vymezením, kterou oblast má autor na mysli, možná vhodnější. Oblast hudebního průmyslu je samozřejmě obklopena ještě několika soustřednými komplexy, bez nichž by mohla jen obtížně existovat, na prvním místě je to oblast médií a komunikačních technologií.

Ve svém příspěvku se však soustředím především na výše zmíněné jádro – na **nahrávací**, nebo také **gramofonový** či **fonografický** průmysl, tedy hudební průmysl v užším slova smyslu. Ve vývoji této oblasti po roce 1989 se promítala celková politická a společensko-ekonomická situace, zejména procesy **deetatizace** a **privatizace** spolu se snahou prosadit **neoliberální pojetí společnosti** a ekonomiky, ale i prudký technologický vývoj, který ovlivnil a stále silněji ovlivňuje celou strukturu a fungování tohoto odvětví. Oba fenomény působily a působí v rámci technologické, tentokrát digitální revoluce, jejíž důsledky formují situaci celého hudebního průmyslu a způsobují

Jiří ŠTILEC
(Praha)

Proměny českého hudebního průmyslu po roce 1989

Hudební průmysl jako komplex nahrávacího průmyslu (recording industry), nakladatelského oboru, živého provozování hudby a výroby hudebních nástrojů, soustředění především na nahrávací (gramofonový či fonografický) průmysl, jeho zrod a historie, komodifikace zvuku jako jádro celé oblasti, mediální komplex a průmysl jako nezbytný „obal“. Exkurs do počátků fonografického průmyslu na začátku 20. století, Československo: Esta a Ultraphon. Vznik tří monopolních společností (Supraphon, Panton a Opus) po druhé světové válce. Elementy demonopolizace v osmdesátých letech 20. století, soukromá producentsko-nahrávací centra a jejich průnik do oficiálních struktur. Politicko-ekonomický přelom po roce 1989, demonopolizace, deetatizace a privatizace, vznik liberálního trhu bez kontroly a subvencí státu, nárůst objemu obratu do let 1997/98 podle údajů IFPI a trvalý pokles do dnešních dnů, přechod od elektronické éry k digitální (digitální revoluce), streaming jako výhoda i producentský a autorsko-právní problém, value gap jako iniciativa k záchraně hudebního průmyslu.

Key words: Česká republika; hudební průmysl; Esta; Ultraphon; Supraphon; Panton; Opus; privatizace; deetatizace; demonopolizace; digitalizace; streaming; value gap

Number of characters / words: 24 596 / 3 378

jeho často různým způsobem vykládanou krizi. I samotný princip záznamu zvuku, který je klíčem k celému odvětví, souvisí technologicky s předchozí druhou průmyslovou revolucí.

V roce 1878 byla patentována možnost **mechanického zvukového záznamu** (Edisonův fonograf), což byl základ k tomu, aby hudba a zvuk mohly být komodifikovány a jako produkt, respektive »zboží« šířeny v tržních podmínkách. Později ve dvacátých letech dvacátého století se **rozšířil elektrický (ve filmu optický; později elektromagnetický – na magnetofonový pás)** způsob záznamu zvuku nejprve jednostopý a postupně vícestopý, což byl pro hudbu a všechny její elementy a fáze zcela revoluční a epochální objev. S důsledky toho objevu a s možnostmi, výhodami i riziky tohoto procesu se v různých podobách setkáváme dodnes. Digitální revoluce, byla spojena s nahrazením analogového elektromagnetického záznamu digitálním záznamem a objevením kompaktních disků v roce 1979 firmami Sony a Philips. Jako způsob věrného uchování a reprodukce hudby přinesl dokonalejší záznam i jeho reprodukci. První kompaktní disky byly uvedeny na trh v roce 1982, historicky první album vyrobené ve formě kompaktního disku bylo album *The Visitors* natočené skupinou ABBA ze 17. srpna 1982. Původně se na kompaktní disk měl vejít zvukový záznam v délce 60 minut (délka dlouhohrající gramofonové desky), ale firma Sony trvala na 74 minutách, aby se na jeden disk vešla celá Beethovenova *Devátá symfonie*. (Dnes je obvyklá kapacita CD 79 minut 30 sekund.)

V roce 1989 nemusela oblast českého hudebního průmyslu začínat na »zelené louce«. Měla za sebou dlouhý vývoj od prvních fonováleček, které byly natočeny dnes již neznámými českými interprety v roce 1891 v Berlíně, přes první firmu vyrábějící v Praze ve Vysočanech Na Balabence od roku 1904 fonografické válečky – pobočka slezské firmy Electra. Válečky začaly být koncem prvního desetiletí dvacátého století vytlačovány gramodeskami, které se postupně vyvíjely přes jednostranné a oboustranné šelakové desky až k vinylovým LP, které dominovaly na hudebním trhu zejména v šedesátých a sedmdesátých letech dvacátého století. Někdy ve dvacátých letech dvacátého století započala epocha skutečně masové produkce a distribuce nahraných hudebních snímků, což je zmapováno v řadě historiografických a specializovaných monografií a dalších studií i katalogů (velmi podrobný přehled podává například Gabriel Gössel – *Fonogram, Praktický průvodce historií záznamu zvuku*, Radioservis, Praha 2001 a velký počet dalších prací mapujících historii a proměny gramofonového průmyslu)

Pro proměnu celého komplexu českého hudebního průmyslu byla důležitá dekáda osmdesátých let dvacátého století. V této době existuje v Československu trojhvězdi firem Supraphon, Panton a Opus. Nejstarší Supraphon, který vznikl nejprve jako Gramofonové závody (na základě Benešova dekretu z 24. října 1945, částka 47 o znárodnění dolů a některých průmyslových podniků pod bodem 27 – výroba gramofonových desek, přičemž obchodní značka byla registrována od roku 1932) absorboval v procesu znárodnění několik doposud existujících firem včetně společnosti Esta a Ultraphon, byl již silným koncernem. Obsahoval klasické vydavatelství zvukových snímků a v osmdesátých letech začal s výrobou kompaktních disků, na nichž byly jak originální digitální nahrávky, tak převody starších analogových snímků. Pracoval v celé šíři repertoáru – tzv. klasická hudba, populární hudba a mluvené slovo. Supraphon měl k vydavatelství zvukových a později i zvukově obrazových snímků i vydavatelství notovin a knih, svoje nahrávací studia, měl i svoji lisovnu v Loděnicích u Berouna (tehdy monopolní lisovnu v celém Československu s poměrně moderním technologickým vybavením) a především další dvě důležité oblasti, které jsou charakteristické pro hudební koncern – distribuci a velmi rozsáhlou síť maloobchodů. To znamená skladovací prostory a síť prodejen – v roce 1980 **151 vlastních a 595 dalších odběratelů**.¹ Supraphon tehdy splňoval veškeré atributy silného hudebně průmyslového komplexu. To, co je typické pro tzv. dnešní majors – tři globální firmy (UMG, Sony a Warner) ovládající v současnosti celosvětový trh. Supraphon samozřejmě jen v podmínkách tehdejšího Československa, byl s významnou exportní schopností. Tady se opíral zejména o spolupráci s Českou filharmonií a od šedesátých let zde vznikla celá řada významných projektů. Připomenou osobnost Karla Ančerla (samozřejmě před jeho emigrací) a Václava Neumanna, komplet symfonií Gustava Mahlera, Arthura Honnegera a další.

Vydavatelství Panton vzniklo na konci padesátých let (1958) ze specifických potřeb především soudobých českých skladatelů jako zařízení Českého hudebního fondu, které se věnovalo především vydávání notovin a později od konce šedesátých let i nahrávek soudobých českých kompozic, byl postupně svůj zájem a obchodní politiku rozšiřovalo na další oblasti včetně zvukové a knižní produkce. Pracovalo sice v užším repertoárovém výběru a nemělo na rozdíl

¹ Srov. MATOUŠEK, Daniel: *Gramofonový průmysl v komunistickém Československu se zaměřením na dobu tzv. normalizace*, magisterská diplomová práce, Filozofická fakulta Masarykovy univerzity, Brno 2013.

od Supraphonu ani lisovnu ani silnou obchodní (distribuční síť), přesto spolu s dalším dodnes existujícím vydavatelstvím Opus, které vzniklo v roce 1971 na Slovensku, přece jenom vytvářelo to, co patří k liberálnímu trhu. Totiž určitý typ náznaku konkurence. V osmdesátých letech vedle těchto oficiálních vydavatelství Supraphon, Panton a Opus existovaly ještě dva velké státní zdroje výroby hudby a mluveného slova, později i videoprodukcí. Byl to Československý rozhlas a Československá televize. A jak mohu i na základě své vlastní práce v ČsRo v osmdesátých letech potvrdit, existovaly vzájemné reciproční dohody o výměně snímků, takže tyto instituce tvořily (Supraphon, Panton, Opus, Československý rozhlas a Československá televize) komplex hudebního (fonografického) průmyslu v Československu. V osmdesátých letech však vedle těchto oficiálních zdrojů, které byly například v Čs. rozhlasu i v Čs. televizi povoleny k vysílání, začala působit soukromá studia a velká producentská centra. Bylo jich více, ale zmíním především čtyři hlavní. Je nutno říci, že tato studia pracovala v oblasti populární hudby – Studio Karla Svobody, Studio Karla Vágnera, Studio Petra Jandy a Studio Františka Janečka. Tato centra samozřejmě pro své protagonisty potřebovala i možnost vysílání vyrobených snímků a pamatují si, jak obtížné bylo z hlediska tehdejší legislativy a zvyklostí tuto potřebu prosadit, což se nakonec v roce 1986 přece jenom podařilo. Už tato situace, kdy vedle sebe koexistovaly velké státní instituce jako byly rozhlas a televize a velké státní nebo státem dirigované firmy spolu se sítí soukromých producentských center a studií, vytvářela podhoubí, z kterého se velmi brzy po listopadu 1989 mohl zrodit liberálně fungující trh s neuvěřitelným množstvím subjektů. Už průběhem roku 1989 vzniká družstvo Bonton Music, které rovněž začíná vydávat nahrávky a postupně se stane jedním z klíčových hráčů na českém hudebním trhu.

Technologické předpoklady a výchozí situace počátku devadesátých let

Rok 1989 už byl i v Československu ve znamení technologického přechodu k digitálnímu záznamu a k prodeji formátu CD. Předpoklady byly vytvořeny v polovině osmdesátých let. Od poloviny tohoto desetiletí se pracovalo na výstavbě první lisovny CD pro celý východoevropský trh a tehdejší společnost Supraphon začala výrazně investovat do rozvoje a produkce videa. První videokazeta Supraphonu vyšla v roce 1986, nová lisovna v Gramofonových závodech Loděnice nastoupila do plného provozu v roce 1989. Ještě do roku 1993 existovala trojkolejnost vyráběných a distribuovaných zvukových nosičů například Supraphon vydával nahrávky na CD, zároveň na LP a některé ještě i na kazetách, ale bylo zřejmé, že na vítěznou cestě je z mnoha důvodů formát CD. Tento technologický vývoj by se odehrál zřejmě i bez základní politicko-ekonomické proměny v listopadu 1989. Ta přinesla z hlediska analyzovaných změn hudebního průmyslu dva procesy, které hudební trh (samozřejmě nejen hudební) ovlivnily a ovlivňují do dnešních dnů.

Proces deetatizace (liberalizace) a privatizace probíhal bouřlivě zejména v největší české společnosti Supraphon. Z rozhodnutí Ministerstva kultury ČR se ze Supraphonu krátce po revoluci odštěpily čtyři podniky: Supraphon, Editio Supraphon, Bohemia Video Art a Gramofonové závody Loděnice. V nových podmínkách bylo samozřejmě nemyslitelné, aby jedna monopolní gramofonová firma ovládala lisovnu a výrobu obalů CD a tehdejších dalších nosičů. Zprivatizovaná lisovna v soukromém vlastnictví GZ Media, a. s. v Loděnicích, dnes i s pobočkou v Soběslavi dodnes velmi dobře funguje a patří k nejvýznamnějším podnikům s celosvětovým dosahem, je největším výrobcem vinylových desek na světě. V rámci změn se ze Supraphonu oddělilo se i nakladatelství Editio Supraphon a snažilo se najít své místo mezi nakladatelskými společnostmi, cesta privatizace této společnosti byla složitá a nakladatelství nakonec skončilo v rámci velkého a tradičního německého nakladatelství Bärenreiter. Privatizace společnosti Editio Supraphon vyvolávala asi největší diskuse a některé důsledky tohoto procesu ovlivňují český hudební průmysl i dnes. Bohemia Video Art se osamostatnilo jako BVA International s. r. o. pod vedením Jiřího Hubače, byť podle jejich webové stránky jsou poslední produkce datovány rokem 2016. Zbytek firmy Supraphon – de facto vydavatelství zvukových nosičů s velmi bohatým archivem cenných hudebních snímků – prošel po propuštění nahrávací skupiny a režisérů procesem privatizace, jehož všechny detaily nejsou zcela přesně – s výjimkou klíčových bodů – známy a vyžadovaly by důkladný pramenný výzkum. Důležitou roli sehrály privatizační fond Trend, společnost Bonton, dnes neexistující Banka Skala (Václava Skaly, žijícího v současnosti pravděpodobně v Monaku). Nakonec se Supraphon transformoval v akciovou společnost, jejímž hlavním akcionářem se stala nejprve společnost Bonton a později po jejím postupném prodeji byl Supraphon prodán do dalších soukromých rukou. Firmy Panton a Opus rovněž patřily do impéria Bontonu, s tím, že katalog Pantonu zůstal ve firmě Supraphon a. s., firma Opus působící na Slovensku byla prodána v roce 2005 společnosti Forza Music. Notový katalog firmy Panton a její nakladatelská část přešly do firmy Schott jako Schott Music Panton. Vedle zásadních změn hlavních hráčů osmdesátých let, kde šlo o klasický proces privatizace se všemi atributy toho,

pro co se vžil dnes termín »divoká devadesátá léta«, nabízela oblast vydávání zvukových nosičů prostor pro velmi rychlý vznik mnoha dalších soukromých subjektů. V březnu 1990 už na trhu existovalo 11 vydavatelů (Globus International, Multisonic, Edit, Monitor, Bonton, Opus, Panton, Supraphon, Artia, Československý rozhlas, Gramofonové závody). A v dalším průběhu devadesátých let vznikly desítky dalších vydavatelských subjektů, od těch, které se důsledně zabývaly a zabývají vydáváním zvukových a zvukově obrazových nosičů dodnes až k firmám pro vydání jednoho kompaktního disku. Rovněž sami interpreti a soubory začali vydávat své vlastní nahrávky. Byli jsme svědky eruptivních vzestupů firem jako byla společnost Carmen a jejich stejně prudkých a někdy i tragických pádů. Vedle vzniku neuvěřitelného počtu nových vydavatelských subjektů došlo ještě k dalšímu zákonitému jevu – otevření československého a později českého trhu znamenalo i vstup tzv. majors, globálních koncernů, ovládajících z více než osmdesáti procent světový hudební trh. I zde došlo v průběhu devadesátých let k pozoruhodnému procesu koncentrace a vzájemného pohlcování, takže z původních šestice majors dnes zbývá už jen polovina – UMG, Sony Music a Warner. Jejich pozice díky repertoáru zejména v oblasti angloamerické populární hudby stále sílila. A proces vzájemného spojování, pohlcování a koncentrace pokračuje – jak uvedla 21. května 2018 ČTK:

Japonský technologický a zábavní gigant Sony se dohodl na koupi kontrolního podílu v hudebním vydavatelství EMI Music Publishing za zhruba 2,3 miliardy dolarů (50 miliard Kč). Podle mluvčího japonské firmy bude Sony díky akvizici největším hudebním vydavatelstvím na světě s více než čtvrtinovým podílem na trhu, napsala agentura Reuters. EMI sídlí v Londýně patří mezi největší hudební vydavatelství na světě a vlastní práva na zhruba dva miliony písníček, včetně nahrávek legendární britské skupiny Queen, napsal server BBC. Divize Sony Corporation of America podle dohody koupí zhruba šedesátiprocentní podíl v EMI od firmy Mubadala. Podíl Sony v EMI se tak zvýší na 90 procent.

V České republice postupně tyto firmy zvětšovaly svůj podíl na trhu až v roce 2017 podle IFPI dosáhly 61,5 procent trhu. Svého historického vrcholu dosáhl český hudební (fonografický nebo nahrávací) průmysl v roce 1997 – jeho obrat byl 2,8 miliardy Kč. A v tomto okamžiku zároveň nastává zlom, o němž asi nejmarkantnější svědectví podávají statistické údaje. V roce 2017 činil obrat prodeje fyzických nosičů jen 222 milionů (to je číslo srovnatelné s těmi 2, 8 miliardami z roku 1997) obrat digitálně šířeného produktu 226 milionů a obrat z provozovacích práv 382 milionu, takže ani při součtu všech těchto veličin nedojdeme k srovnatelnému číslu s rokem 1997. Příčina je obecně známa a není žádným tajemstvím, zcela jednoduché a stručné vysvětlení zní – internet. V trochu rozvedenější podobě – **digitální distribuce produktu**. Nejprve jako různé formy společného sdílení a šíření, později placené stahování, downloading a v současnosti je nejrychleji se rozvíjející formou **streaming**. Všechny digitální způsoby distribuce a neustálý celosvětový pokles prodeje fyzických nosičů vedly i k rozpadu distribučních firem a celého komplexu maloobchodu specializovaného na zvukové a zvukově obrazové nosiče. Současnost nebo pokud chceme »krize« hudebního nahrávacího průmyslu se projevuje celosvětově neustálým snižováním jeho obratu a neschopností nahradit digitálně distribuovaným, respektive »streamovaným« produktem a jeho profitností pro producenty a umělce příjem z původně distribuovaného fyzicky existujícího nosiče. Navíc průběhem osmdesátých let prožil hudební průmysl celkově velký boom, související s novým médiem a rovněž s převodem původně analogových nebo na analogových nosičích (vinylové LP desky) šířených nahrávek na CD, ale nevytvořil si dostatečné kapitálové rezervy, ani se nepodařilo včas reagovat na prudký technologický rozvoj a tzv. digitální revoluci.

V souvislosti s tímto vývoje je možno ještě analyzovat a popsat tři související tendence:

- 1) **devalorizace hudby** – je všudypřítomná a zdá se, že svou všeobecnou prezentností ztrácí nejen na své jedinečnosti, ale i na své hodnotě, obklopuje nás bez přestání v okolním prostoru a pro většinu populace vzniká otázka, proč by za ní měli spotřebitelé platit. Někteří autoři hovoří i o hyperinflaci.
- 2) **dehierarchizace** hodnotových měřítek a postojů a jejich substituce marketingem a brandingem. Celkové množství distribuované hudby, produktu je tak velké, že v mnoha případech (teď mám na mysli klasickou hudbu) nelze už spoléhat na vlastní soud a vzájemné srovnání a tak vítězí nejsilnější obchodní značky. Jen pro zajímavost a dokumentaci, v době psaní tohoto příspěvku 21. května 2018 ve 22:19 jsem na YouTube spočítal více než 300 nahrávek Symfonie č. 9 Ludwiga van Beethovena a přestal jsem dále počítat. I těch 300 nahrávek při průměrné délce trvání symfonie 75 minut dává dohromady 22 500 minut, což je 375 hodin. Takže, kdybychom chtěli toto množství poslechnout a hypoteticky poslouchali 8 hodin denně (i tak je to jen hypotéza a nikdo by asi tak dlouho nevydržel), trvalo by to bez přestávky více než 46 dnů, pokud bychom volili pětidenní pracovní týden, tak samozřejmě daleko déle.

- 3) **laicizace** nebo amatérizace či banalizace. Moderní technika umožňuje v širokém měřítku pořízení relativně velmi kvalitní nahrávky bez profesionálního studia a především díky sociálním sítím a sdílení globální distribuci takřka všem. To souvisí s digitální revolucí a poněkud transformuje koncept tzv. profesionálního umělce a vytváří zcela novou situaci, která se promítá nejen do oblasti hudebního průmyslu, ale i do oblasti uměnovědných disciplín a estetiky (což už je však mimo rámec této stati)

* * *

Hudba je uživatelsky stále pohodlněji a levněji k dispozici, pro umělce a producenty však vzniká velký problém. Producenty, respektive finančně je stále obtížnější vyrovnat náklady na pořízení nahrávky se stále se snižující cenou distribuovaného produktu. Vzniká řada iniciativ, které se snaží tento nepoměr vyrovnat, momentálně neaktuálnější asi »value gap«. Smysl této iniciativy nejstručněji vyjádřila šéfka IFPI Frances Mooreová:

Aby se hudbě dařilo v překotně se rozvíjícím digitálním světě, musí existovat i spravedlivý digitální trh. Abychom toho dosáhli, musíme napravit (odstranit) hodnotový rozdíl (mezi službami jako je například YouTube a hudební komunitou).²

Globální distribuce a globální distribucí podporované globální superstars mohou působit nejen jako možnost participace na globálním hudebním provozu, ale i jako nerovná konkurence a někdy i jakási tržně převažující síla vůči provozu »lokálnímu«, tedy i vůči českému hudebnímu průmyslu. O to více budeme muset v souvislosti s možnostmi, přednostmi i negativy globální digitální distribuce hledat zejména v oblasti klasické hudby a jejího provozu nové možnosti, jak uchovat a spíše exportovat nesporné tvůrčí a interpretační hodnoty české hudby, objevovat a pěstovat smysl pro sociální funkci provozování hudby a rozvíjení místních tradic, které byly vždy v plodném kontaktu s okolním evropským děním. To vše v rámci stále se zrychlujících technologických možností a měnicího se světa. Jedním z největších problémů české hudby (počtem silných hudebních osobností velmoci) a hudebního průmyslu z hlediska úspěšného exportu je absence kvalitních alespoň praktických edic (zcela konkrétně jsem se s tím setkal v případě Fibicha, Nováka, ale i Foerstra) a kvalitního orchestrálního provozovacího materiálu, případně ekonomická politika některých nakladatelů, kteří stále nereflktují onu »value gap« a de facto dále onu nákladovou oblast neúměrně prohlubují, což je ale téma na jinou studii a diskusi. Zvukový záznam přinesl řadu možností, které nikdo z účastníků procesu tvorby, (produkce), reprodukce (interpretace) a recepce na počátku devatenáctého století neměl a netušil. Zároveň možnosti distribuce v digitální éře přinesly vedle pozitiv i výzvy a rizika, která si doba před vznikem zvukového a zvukově obrazového záznamu neuměla představit. V současnosti je spíše registrujeme a objevujeme jejich přesná řešení. Ani dosah celkového rozvoje technologií zatím zcela neznáme, ale v každém případě budou všechny tyto technologie představovat náročný úkol pro nás všechny, kteří se pohybujeme v oblasti klasické hudby.

² *Fixing The Value Gap*, in: *Global Music Report 2018 – State of the Industry*, https://www.ifpi.org/downloads/GMR2018_ValueGap.pdf, p. 26: »For music to thrive in a rapidly evolving digital world, there must be a fair digital marketplace. To achieve this, we must fix the value gap.«

Viz též *Global Music Report 2018 – State of the Industry*, <https://www.slideshare.net/Mediatecom-Policyan/global-music-report-2018>: »The music industry has transformed itself into a predominantly digital, growing industry. To achieve this, record companies have worked tirelessly to adapt, innovate, and invest, to drive a new digital age for music. However, for this positive development to be sustainable, there must be a fair digital marketplace where all the participants play by the same fair rules.

The sustainable and balanced growth of the digital content market continues to be undermined by a fundamental flaw in legislation underpinning the market that has created a 'value gap', a mismatch between the value that online user upload services, such as YouTube, extract from music and the revenue returned to the music community.

It is currently the biggest policy challenge facing the music industry. For music to thrive in a digital world, those that are creating and investing in music must be able to negotiate fair commercial terms for its use. Furthermore, digital music services that are licensing music on freely negotiated terms, must be allowed to compete on a level playing field – something they currently do not have.

The global music community is united in its call to fix the value gap and is campaigning around the world for a legislative solution.«

