

Nevena Vučković

## Muzička industrija

David Throsby, *The role of music in international trade and economic development, World culture report – culture, creativity and markets*, UNESCO, 1998, chapter 12

Muzika pripada najosnovnijim oblicima ljudskog izražavanja i kao takva je osnovni element lokalne, regionalne, nacionalne i internacionalne kulture. U isto vreme muzika je važna roba u ekonomskom smislu: predstavlja značajnu stavku troškova potrošača u slobodno vreme, obezbeđuje sredstva za život velikom broju radnika koji su uključeni u njenu proizvodnju i distribuciju, i ključna je komponenta globalizovanih medijskih i informacionih industrija.

Zbog toga je neophodno razumeti ekonomsku strukturu muzičke industrije u nacionalnom i internacionalnom smislu, da bi bilo moguće analizirati međunarodna kretanja u muzici.

Za razliku od većine robe koja se lako definiše u smislu pojedinačne fizičke robe ili specifične usluge, muzička proizvodnja i trgovina imaju mnoge oblike. Muzika može biti kupljena i prodana kao fizički proizvod, na primer kao snimak u raznovrsnim formatima, ili kao izdato štampano delo kao što je muzička partitura. Može imati oblik usluge kao što je ona koju pružaju muzičari kada sviraju uživo pred publikom. Ali muzikom može da se trguje kao s pravima, pošto je ona oblik intelektualne svojine, i stoga je njeno korišćenje kontrolisano pravima da se umnožava i rastura na raznovrsne načine kao što su snimanje, izvođenje uživo, emitovanje, iznajmljivanje, kablovski ili satelitski prenos, itd. Osim ovoga, trgovina u vezi s muzikom javlja se kod robe koja je povezana s muzikom, uključujući muzičke instrumente, proizvode u uskoj vezi s poznatim grupama i robe za reprodukovanje muzike kao što su audio i hi-fi oprema.

Očigledno je da će definicija muzičke industrije, kao osnove uz pomoć koje možemo da posmatramo obim i prirodu trgovinskih tokova, biti problematična. Nijedna standardna industrijska klasifikacija ne obuhvata svu raznovrsnost muzičke aktivnosti i trgovine. Moguće je identifikovati samo primarne učesnike: kreativne učesnike kao što su kompozitori, tekstopisci i muzički izvođači; agente, menadžere, promotere, itd., koji rade za umetnike; muzičke izdavače koji izdaju originalna dela u raznim oblicima; muzičke kompanije koje prave i prodaju muzičke zapise (kasete, kompakt-diskove, muzičke spotove); društva za autorska prava koja zastupaju prava umetnika, izdavača i muzičkih kompanija; razne druge pružaoce usluga uključujući vlasnike studija, proizvođače, distributere, prodavce na malo, one koji muziku emituju na radiju ili TV, agente za prodaju karata itd; korisnike muzike kao što su filmski stvaraoci, multimedijalni producenti, stvaraoci reklama, itd; i pojedinačne potrošače koji kupuju muzičku robu ili uslugu (kupovina snimka, prisustvovanje izvođenju uživo) ili je troše besplatno (slušanje

emisija, muzike u pozadini, itd.). U okviru same muzike, prilično je teško kategorisati različite tržišne segmente koji odgovaraju različitim muzičkim žanrovima, pošto su granice čak i između najvećih muzičkih pravaca kao što su džez, folk, kantri itd. zamagljene. Međutim, postoji prilično jasna granica između klasične muzike (koja zauzima oko 7 odsto svetskog muzičkog tržišta) i ostale muzike koja uključuje savremenu ili popularnu muziku, ali što se tiče muzike koja se danas piše, razgraničavanje je postalo veoma teško.

Važno je shvatiti centralnu ulogu autorskog prava na muzičkom tržištu i u međunarodnim muzičkim tokovima, koje proizlazi iz činjenice da kreativna proizvodnja muzike postoji u neopipljivom obliku, tj. kao intelektualna svojina. Dok ova proizvodnja može biti fizički otelotvorena u opipljivom proizvodu kao što su note ili audio snimak, suštinska vrednost proizvoda leži u samom osnovnom radu, u uloženom kreativnom radu izvođača dok interpretira delo. Pravo eksploatacije kreativnog rada pisca i/ili izvođača nalazi se u središtu ekonomskih i pravnih procesa vezanih za muzičku industriju iako je osnovna svrha autorskih prava u svim zemljama, prvo, da obezbedi načine za stvaranje kako da kontrolišu plodove svog rada i imaju koristi od njih i drugo, da dozvole normalan pristup javnosti ovim delima. Zakoni o autorskim pravima koji su na snazi u različitim zemljama značajno se razlikuju. Neke zemlje imaju precizno definisana prava koja pokrivaju mnoge vrste korišćenja, na ovaj način smanjujući potrebu za dopunama zakona u cilju prilagođavanja promenama okolnosti kao što je dolazak novih tehnologija. Druge zemlje su ova prava usko definisale, tako da promene okolnosti moraju da se ogledaju u promenama zakona.

Poslednjih nekoliko godina svedoci smo veoma brze promene načina na koji muzički i drugi kulturni proizvodi mogu biti reprodukovani i plasirani. Ovaj razvoj je veoma otežao efikasnost nacionalnih zakona o autorskim pravima u zaštiti prava stvaralaca, a brzina promene zakonskih propisa svuda poprilično zaostaje za onim što se zahteva. Kao rezultat, zemlje koje najviše izvoze intelektualnu svojinu (prvenstveno SAD) preduzele su da sebi obezbede bolju zaštitu autorskih prava direktno u okviru trgovinskih foruma i trgovinskih pregovora, kao npr. kroz TRIPS (*The Trade Related Intellectual Property Rights* protokol). Nema sumnje da će rastuća strateška vrednost autorskih prava u međunarodnoj areni, nastavak brzih tehnoloških promena i širenje potražnje potrošača za proizvodima kulture, značiti da će dodati i upravljanje autorskim pravima nastaviti da dominira svetskom muzičkom industrijom u godinama koje dolaze. Fenomen konvergencije, gde se tehnologije koje pružaju potrošačima elektronske usluge u medijima, zabavi, komunikacijama i komercijalnoj aktivnosti neizbežno sjedinjuju, imaće ogroman uticaj na ekonomsko, društveno, političko i kulturno ponašanje u 21. veku. U ovakvom okruženju vlasnici prava nad intelektualnom svojinom imaće potencijalno dominantan položaj.

Od pojave LP ploča tokom 50-ih godina, muzička industrija je postala globalni fenomen. U poslednjih 30 do 40 godina, dalji tehnološki razvoj – muzičke kasete, FM radio, kompakt-disk, digitalne audio trake i sada prenos preko Interneta – nastavili su da olakšavaju da se muzika stvorena na jednom kraju sveta čuje na drugom. U isto vreme, povećana koncentracija sredstava proizvodnje i distribucije muzike prouzrokovala je da je svetskom industrijom počeo da dominira relativno mali broj veoma velikih transnacionalnih konglomerata.

## **Komponente svetske muzičke industrije**

Najvažnije komponente muzičke industrije posmatrane u globalnim uslovima jesu sektori izdavaštva i snimanja i odgovarajuća društva za otkup autorskih prava.

Industrija muzičkog izdavaštva stvara dohodak u vidu isplata za autorska prava kreativnim stvaraocima (kompozitorima i tekstopiscima) i njihovim izdavačima. Istraživanje koje je sproveo Udruženje nacionalnih muzičkih izdavača (The National Music Publishers Association - NMPA) Sjedinjenih Država, otkriva da je ukupan prijavljeni prihod muzičkog izdavaštva na 58 najvažnijih svetskih tržišta bio 5,8 milijardi dolara u 1994, uključujući najvažnije komponente: prihod od javnih izvođenja (uglavnom dobijen od emitovanja): 44 odsto od ukupnog; mehaničke honorare (procenti od prodaje snimaka): 31 odsto; sinhronizacione honorare (honorari od korišćenja muzike na filmu i videu) i druge prihode od reprodukcije (honorari od pozadinske muzike, itd.): 11 odsto; i prihode od štampanja (note i drugi štampani materijal): 9 odsto. Muzička izdavačka industrija je podeljena između Evrope, Japana i Sjedinjenih Država. Najveće su Sjedinjene Države (21 odsto ukupnih svetskih prihoda u 1994), zatim slede Japan (16 odsto), Nemačka (15 odsto), Francuska (11 odsto) i Velika Britanija (9 odsto).

U globalnom smislu, muzička izdavačka industrija je prilično koncentrisana u pet glavnih međunarodnih izdavačkih kuća koje dominiraju tržištem, a dve od njih (Warner-Chappell Music/EMI Music Publishing) imaju po 20 odsto udela na svetskom tržištu. Osim toga, postoji više od 20 značajnih međunarodnih muzičkih izdavačkih kuća, od kojih su neke udružene s muzičkim kompanijama. Kako važnost prihoda od autorskih prava na muzičkom tržištu raste, tako se poslednjih godina muzičke kompanije sve više uključuju u muzičko izdavaštvo. Veličina industrije za snimanje meri se veličinom i vrednošću prodaje na malo snimaka potrošačima. Podaci Međunarodne federacije fonografske industrije (The International Federation of the Phonographic Industry - IFPI) pokazuju da je globalna vrednost prijavljenih prodaja na malo 1996. bila gotovo 40 milijardi dolara. Više od 80 odsto svetskog tržišta kontroliše takozvana Velika šestorka među transnacionalnim korporacijama: Sony (Japan), Polygram (Holandija), Warner (SAD), BMG (Nemačka), Thorn-EMI (Velika Britanija) i MCA (Japan). Osim toga, postoji izvestan broj nezavisnih producenata snimaka, uglavnom nacionalno baziranih i relativno malih, koji se često bave određenim vrstama ili stilovima muzike, nasuprot masovnoj tržišnoj orijentaciji najvećih korporacija. Društva za otkup prava bave se sakupljanjem prihoda autorskih prava od korisnika muzike i raspodelom odgovarajućim nosiocima prava. Kompozitori i izvođači mogu da zadrže autorska prava za svoja dela ili mogu da ih prepisu izavaču ili direktno društvu za otkup autorskih prava. Muzičke kompanije obično imaju autorska prava za muzičke snimke koje proizvode. Kada se delo izvodi, snima, emituje, ili koristi na bilo koji način, određeno društvo za otkup autorskih prava traži nadoknadu u ime umetnika, izdavača i/ili muzičke kompanije, i deli prihod nosiocima prava pošto oduzme administrativne troškove.

Prodaja nosača zvuka brzo je rasla u proteklih deset godina. Uprkos izvesnom usporavanju svetskog tržišta tokom 90-ih, prognoze za ovu industriju su neprekidan rast u novom milenijumu. Svetski izveštaj Muzičkog međunarodnog poslovanja (Music Business International's

World Report) za 1997. procenjuje da će kombinovana godišnja stopa rasta biti oko 10 odsto, sa svetskom prodajom u 2001. više od 60 milijardi dolara.

U isto vreme, bilo je nekih promena u geografskom uzorku potražnje tokom poslednjih godina, sa relativno sporijim rastom na tradicionalnim tržištima SAD i Zapadne Evrope i bržom stopom rasta u Istočnoj Evropi, Latinskoj Americi, Aziji i Africi/Srednjem istoku. Pod ovim okolnostima izražene su neke sumnje u to da li će anglo-američka dominacija svetskim muzičkim tržištem biti zadržana i u godinama koje dolaze.

Muzička industrija se uvećava u celom svetu. Dominantna je u nekoliko industrijskih zemalja i koncentrisana u malom broju kompanija. Kako to utiče na narodnu muziku uopšte? Takva muzika nastavlja da dominira na tržištu mnogih zemalja u razvoju. Međunarodna zabavna muzika zahvata samo jedan manji deo. U Indoneziji narodna muzika obuhvata 81 odsto, u Turskoj 78 odsto, a u Brazilu i Nigeriji više od 60 odsto muzičke industrije. Na suprotnoj strani imamo industrijske zemlje, na primer Švajcarsku, gde narodna muzika obuhvata samo 7 odsto, Kanadu i Novi Zeland u kojima je zastupljena sa 11 odsto.

### **Piraterija i trgovina**

Kada su zakoni o autorskim pravima labavi ili ne postoje, piratske kopije muzičkih snimaka relativno lako nađu tržište. Čak i u zemlji kao što su Sjedinjene Države, gde su autorska prava strogo zakonski regulisana, nelegalna prodaja u 1995. iznosila je oko 27 miliona komada, čija je vrednost 280 miliona dolara. Piratska prodaja u svetu iznosi preko 2,1 milijarde dolara, a glavne problematične oblasti su Istočna Evropa, Bliski istok, Afrika i Latinska Amerika. U nekim zemljama kao što su Republika Koreja ili Tajland, nedavno su uvedeni novi zakoni o autorskim pravima, dramatično smanjujući nivo piraterije; međutim, u drugim zemljama neadekvatnost ili nepostojanje nacionalnog zakona protiv piraterije znači da zakonske mere ne mogu biti preduzete protiv nelegalnih kopija i muzički stvaraoci, izdavači i muzičke kompanije lišeni su odgovarajuće zarade. Ipak, treba znati da se u čitavom svetu od količine prodaje muzičkih snimaka, manje od pet odsto prometa ostvari na piratskom tržištu, dok više od 95 odsto ide u legalnu prodaju.

Podaci muzičke industrije pokazuju još jedan zanimljiv trend – na najmanjem i najnerazvijenijem delu spektra, jedan broj zemalja u razvoju (uključujući mnoge u Africi), ima suviše malo muzičko tržište i previsok nivo piratstva da bi mogle da ponude odgovarajuću zaradu međunarodnim korporacijama. Osim toga, lokalna muzička scena u tim zemljama često je zasnovana na drugim oblicima proizvodnje i distribucije, kao što je izvođenje uživo, i tako manje zanimljiva muzičkim kompanijama. Muzička industrija većih zemalja u razvoju, čiji je prihod po stanovniku u porastu, postepeno se integriše u međunarodnu muzičku industriju. Tako proizlazi da udeo domaće muzike u ukupnoj prodaji nosača zvuka (i nivou piratstva) teži opadanju kada se dostigne viša faza ekonomskog razvitka. Podaci publikacije *Music Business International* (1996) pokazuju da od 70 zemalja koje su učestvovala na međunarodnom muzičkom tržištu 1994, 15 od 20 zemalja sa najvećim udelom domaće muzike u prodaji muzičkih snimaka mogu biti klasifikovane kao zemlje u razvoju, sa prosečnim nivoom piraterije od oko 25 odsto. Nasuprot tome, bukvalno svih 20 najvećih međunarodnih tržišta bile su razvijene zemlje sa nivoom piraterije manjim od 5 odsto.

Tako je širenje muzičkog tržišta u zemljama u razvoju prvenstveno proizašlo iz rastuće potrošnje evropske i američke muzike u tim zemljama; odnosno, glavni protok u međunarodnoj trgovini muzikom kretao se iz pravca razvijenih zemalja u pravcu zemalja u razvoju, a ne u suprotnom. Kako Negus (1992) primećuje: *Dominacija svetskim tržištem od strane anglo-američke muzike i umetnika pojačana je načinom na koji američki i britanski grafikoni prodaje presudno utiču na lokalnu politiku muzičkih kompanija i odluke stvaraoca radio- programa po celom svetu... Svetsko tržište popularne muzike smišljeno je tako da pruža niz mogućnosti britanskim i američkim umetnicima po celom svetu.*

Koje su onda mogućnosti da umetnici i muzički stilovi iz zemalja u razvoju prođu na svetsko tržište i tako kroz stvaranje prihoda od izvoza doprinesu lokalnoj ekonomiji?

Neki lokalni muzički žanrovi vremenom su počeli da dominiraju međunarodnom scenom, počevši od džez preko rokenrola, repa, hiphopa, regea i drugih muzičkih pravaca. Ipak, uprkos očigledno brzom prihvatanju muzičkog stila i mode od strane međunarodne muzičke industrije, umetnici s juga su iskusili da je veoma teško napraviti snimak i dobiti publicitet na međunarodnom tržištu. U većini slučajeva, muzika iz "trećeg sveta" privlači veću pažnju kroz aktivnosti nezavisnih muzičkih producenata, odvojeno od najznačajnijih transnacionalnih kompanija. Tokom vremena, međutim, najveće kompanije privukle su jedan broj uspešnih nezavisnih producenata. Iako ove firme mogu da nastave da proizvode neku specifičnu muziku u okviru većeg konglomerata, prostor za zaista nezavisan razvoj, marketing i promociju nove muzike i novih muzičara van matičnog toka, veoma je ograničen. Ipak, tokom poslednje decenije kategorija poznata kao »svetska muzika« pojavila se na Zapadu, predstavljajući spektar specifičnih muzičkih žanrova ili stilova koji potiču iz različitih delova sveta, uključujući muziku kao što je ona sa Kube i iz Portorika, *zvuk* iz francuskih Antila, *rembetika* iz Grčke, *rai* iz Alžira, *qawwali* iz Pakistana i Indije, itd. Svetska muzika obuhvata dosta popularne i narodne muzike "trećeg sveta", istočne, centralne Evrope i muziku doseljenika, manjina i urođenika. Iako se granice ponekad gube kada neki zapadnjački umetnici uključe elemente "svetske muzike" u svoja izvođenja, može biti napravljena prilično jasna podela između "svetske muzike" i masovne zapadnjačke popularne muzike proizvedene za masovnu globalnu potrošnju.

Uprkos svom brzom razvoju, "svetska muzika" ostaje relativno mali element u ukupnoj slici međunarodne muzike. Kako *Mitchell* (1996) primećuje: *U kontekstu globalne ekonomije industrije popularne muzike, kategorija Svetske muzike predstavlja veoma malu potkulturu, uglavnom stvaranu, reklamiranu i konzumiranu u Evropi i Sjedinjenim Državama, iako često uzrokuje veliki talas slušanosti u zemljama odakle muzika potiče, najčešće kroz lokalnu mrežu prodaje kaseta.*

Pojavljivanje "svetske muzike" podstaknuto je ulogom muzike u nekim delovima sveta kao ključnog elementa političkog neslaganja. U Bugarskoj 80-ih, na primer, vlast je preduzela mere da zabrani svadbenu muziku zato što je shvatala takvu muziku kao obik antidržavnog političkog izražavanja. U Australiji, muzika domorodaca je prerasla iz svojih tradicionalnih korena, iz bogate kulture Aboridžina, u važan način kulturnog izraza u savremenoj borbi za prava na zemlju i politički uticaj. Pod ovakvim okolnostima, muzika je postala važan način političkog i time ekonomskog jačanja i može privući široko međunarodno interesovanje za svoj politički kao i muzički sadržaj.

Za mnoge muzičare u zemljama u razvoju, mogućnost probijanja na međunarodno tržište, bez obzira koliko bila daleka ta mogućnost, primamljiva je jer nudi brzo bogaćenje. Ogromne zarade zvezda iz svetskog muzičkog kruga dobro su poznate. Ipak, veoma malo umetnika može da dostigne taj status kada dolazi izvan glavnih muzičkih tokova. Čak i oni iz "trećeg sveta" koji postanu poznati izvan svojih zemalja ne moraju obavezno da požanju velike nagrade. Na primer, muzika iz *Cape Verde* (Zelenortska ostrva?) poznata je u mnogim delovima sveta kroz rad *Cesarie Evore*, sjajne pevačice *morna* pesama, tradicionalnog načina muzičkog izraza na tim ostrvima. Iako je ona najpoznatiji umetnik sa Zelenortskih ostrva u Evropi, malo je verovatno da njena zarada može da se meri sa zaradama popularnih megazvezda na međunarodnoj sceni. Kada muzički stilovi iz zemalja u razvoju postanu prihvaćeni na svetskom muzičkom tržištu, oni podležu dubokom uticaju kombinacije kulturnih i ekonomskih sila koje ih neizbežno menjaju. Uzmimo kao primer razvoj salse. Ovo je muzički žanr koji je proizašao iz kubanske i portorikanske muzike tokom 70-ih i uskoro se proširio po Latinskoj Americi i Karibima. U početku svirana u Njujorku, salsa je postala jedan od najpopularnijih oblika "svetske muzike". Ona nosi snažne kulturne poruke koje se tiču nacionalnog identiteta Kube, Kolumbije, Portorika, Venecuele i drugih zemalja regiona. Ona obuhvata elemente koji proizlaze iz afro-katoličke religije i privlači brojnu publiku u Sjedinjenim Državama, Evropi kao i u zemljama odakle potiče. Ovu muziku uglavnom snimaju i izdaju manji nezavisni producenti pre nego velike kompanije. Ali njeno prihvatanje od međunarodne publike pomerilo je teme pesama od opisa teškog života i latino solidarnosti do blagog i sentimentalnog stila. Po nekim posmatračima, oštrica političke kritike otupela je kao rezultat ekonomskog i kulturnog pritiska da udovolje masovnom tržištu. Slično tome, širenje alžirske *rai* muzike na Zapadu odvojilo ju je od njenih korena u kabareima Orana (drugog po veličini grada u Alžiru) i preradilo je u značajni deo svetske muzike. Sada se *rai* muzika nalazi na prekretnici:

*Ono što je trenutno najupadljivije je sve veći raskorak između načina na koji se rai producira na multinacionalnom nivou i kako se producira lokalno u Alžiru, što pokazuje nepropustljivost alžirskog muzičkog tržišta za strane interese, zapadnjačkom modernom CD i studijskom tehnologijom i političkom prisvajanju rai umetnika na Zapadu (Schade-Poulsen, 1997).*

Tako, dok je *rai* muzika transformisana u međunarodni kontekst, njena sposobnost da se ponaša kao sredstvo izražavanja briga ljudi koji ne pripadaju establišmentu u Alžiru (mladih, radničke klase, nezaposlenih, nepismenih, osiromašenih, nezadovoljnih), ugrožena je. Očigledno je da, dok muzika može značajno doprineti boljem životu u zemljama u razvoju kao važna industrija u domaćoj ekonomiji, njena uloga ne može biti procenjena bez osvrtnja na uticaj koji na nju ima globalna muzička industrija, koja neizbežno postaje sve značajnija sila kako razvoj napreduje.

Muzika ima ekonomsku vrednost koja je odvojena, iako ne nezavisna, od njene kulturne vrednosti. Stvaranje i korišćenje muzike tako obezbeđuje osnovu za definisanje muzičke industrije u nacionalnim pojmovima, kao glavni sastavni deo kulturnog sektora u datoj zemlji i u međunarodnim pojmovima kao važan element globalne ekonomije. U procesu kulturnog razvoja, muzika igra važnu ulogu kao jezik komunika-

cije, kao način čuvanja i prenošenja kulturne vrednosti, kao sredstvo političkog i društvenog komentara i neslaganja, i kao sredstvo ekonomskog osnaživanja. Raspravljali smo o ekonomskim mogućnostima koje muzika može da otvori za pojedince i zajednice u zemljama u razvoju. Ali moramo imati na umu da je često teško odvojiti ekonomsko od političkog, društvene i kulturne aspekte u analiziranju procesa razvoja. Svaka rasprava o nacionalnim muzičkim industrijama mora uzeti u obzir veliki uticaj koji svetsko muzičko tržište ima na proizvodnju, distribuciju i korišćenje muzike u svakoj zemlji sveta.

Globalizacija muzike podrazumeva dominantnu ulogu izdavačkih i muzičkih industrija iz Sjedinjenih Država, Evrope i Japana sa šaćicom transnacionalnih korporacija koje imaju sve veću kontrolu nad tržištem. Pod takvim okolnostima, sloboda za nezavisne muzičare i producente, posebno iz zemalja u razvoju, u osvajanju svetskog tržišta ozbiljno je ograničena. Ipak su neki lokalni muzički žanrovi i stilovi prihvaćeni u međunarodni tok, uspostavljajući način za kulturnu razmenu i širenje. Često je isticano da međunarodna muzička industrija može da se pohvali bogatijim multikulturalnim, multirasnim i multinacionalnim skupom zvezda nego filmska industrija. Dok je ovo dovelo do značajnih ekonomskih dobitaka nekim osobama i nekim zemljama u razvoju, širenje lokalne muzike u svetskim razmerama se često dešavalo bez bilo kakvog novčanog priliva stvaraocima muzike; na primer *Harry Belafonte* je zaradio milione dolara od pesama čiji kompozitori – tradicionalni jamajkanski, trinidadski i barbadoski umetnici – nisu zaradili ništa. Očigledno je da će stroži režim autorskih prava biti važan u rešavanju problema piraterije i obezbeđivanju odgovarajuće zarade stvaraocima muzike, ne samo u zemljama u razvoju već u celom svetu. Kao što smo pomenuli, razvoj efikasnijih mehanizama u budućnosti biće posebno važan u vremenu digitalne obrade i *on-line* prenosa.

Podaci o vrednosti prodaje muzičkih snimaka po stanovniku 1994. u raznim zemljama mogu biti korišćeni da bi se izračunala prosečna potražnja muzike, s promenljivim veličinama cene i dohotka, merene za svaki posebno po prosečnim maloprodajnim cenama CD albuma (u dolarima po komadu) i bruto domaćeg proizvoda (takođe u dolarima). Efekat nivoa piraterije po stanovništvu zakonitih prodaja, takođe može biti procenjen tako što se piraterija meri kao procenat piratskih prodaja u odnosu na ukupnu prodaju nosača zvuka u jednoj zemlji.