

## INDUSTRIA MUZICALĂ GLOBALĂ: TEORIA VERIGILOR SLABE

### GLOBAL MUSIC INDUSTRY: THEORY OF WEAK LINKS

IURIE BADICU<sup>1</sup>,

doctorand,

Academia de Muzică, Teatru și Arte Plastice

<https://orcid.org/0000-0002-3290-3832>

CZU 316.74:78.02

DOI <https://doi.org/10.55383/iadc2022.37>

Articolul este centrat pe analiza culturologică a lanțului valoric al industriei muzicale globale. Cercetarea polarizează componentele structurale ale industriei muzicale globale prin includerea lor în cadrul unei figuri ilustrative elaborate de autor. Acest procedeu este utilizat pentru argumentarea propriei viziuni asupra industriei muzicale, deși problematica cercetată conține precedentul incursiunii autorului atât în domeniul funcțional al industriei muzicale cât și în teoriile anterioare despre industria muzicală. Astfel, în condițiile persistenței conflictului dintre creativitatea muzicală și progresul tehnologic, teoria verigilor slabe evidențiază principalul aspect structural: erodarea conexiunilor funcționale dintre componentele proximale ale industriei muzicale și apariția breșelor sistemice. Specificul cercetării constă în identificarea și interpretarea culturologică a verigilor slabe ale actualei industrii muzicale. În rezultat, sunt înaintate două direcții de dezvoltare a industriei muzicale globale — revoluțivă și involutivă, care conturează două industrii noi: industria muzicii create și industria sunetului produs. Această cercetare completează spectrul teoretic al sociologiei culturii, precum și domeniul managementului artistic din sectoarele public și privat. Totodată, analiza impactului cultural, a industriei muzicale globalizate asupra structurilor autohtone de industrie muzicală oferă cercetării caracter civilizațional, relevanță și aplicabilitate pentru Republica Moldova.

**Cuvinte-cheie:** industria muzicală, teoria verigilor slabe, veriga creativă, veriga consumatorului final, dezvoltarea revoluțivă, dezvoltarea involutivă

The article is centered on the cultural analysis of the weak links of the global music industry. The research polarizes the structural components of the global music industry by including them within an illustrative figure developed by the author. This procedure is used to argue the personal vision on the music industry, although the researched issue contains the author's precedent incursion into both the functional field of the music industry and the previous theories about the music industry. Thus, under the conditions of the persistence of the conflict between the musical creativity and technological progress, the theory of weak links highlights the main structural aspect: between the proximal components of the music industry there is a constant erosion of functional connections, which leads to the appearance of systemic breaches. The special feature of the research consists in the identification and interpretation of the weak links of the current music industry. As a result of the research, two directions of development of the global music industry are put forward- revolutionary and involutive, which are shaping two new industries: the created music industry and the produced sound industry. This research complements the theoretical spectrum of the sociology of culture as well as the field of arts management in the public and private sectors. At the same time, the analysis of the cultural impact, of the globalized music industry on the local music industry structures gives this research a civilized character, relevance and applicability for the Republic of Moldova.

**Keywords:** global music industry, theory of weak links, creative link, link of the final consumer, revolutionary development, involutive development

#### Introducere

În vederea înaintării teoriei verigilor slabe<sup>2</sup> ale industriei muzicale, autorul a analizat un șir de concepte și teorii anterioare, în care industria muzicală a fost abordată la diferite etape ale evoluției sale: „preindustrială, industrială, digitală și a inteligenței artificiale” [1 pp. 72-75]. În acest sens, s-au considerat prioritare conceptele și „teoriile culturologice despre industria muzicală” [2 pp. 261-266] aparținând cercetătorilor contemporani est-europeni și occidentali. În aceeași ordine de idei, a fost

1 E-mail: [ibadicu.official@gmail.com](mailto:ibadicu.official@gmail.com)

2 Teorie înaintată de autorul articolului, în cadrul Școlii Doctorale Studiul Artelor și Culturologie, Academia de Muzică, Teatru și Arte Plastice, din mun. Chișinău, Republica Moldova (2019-2022).

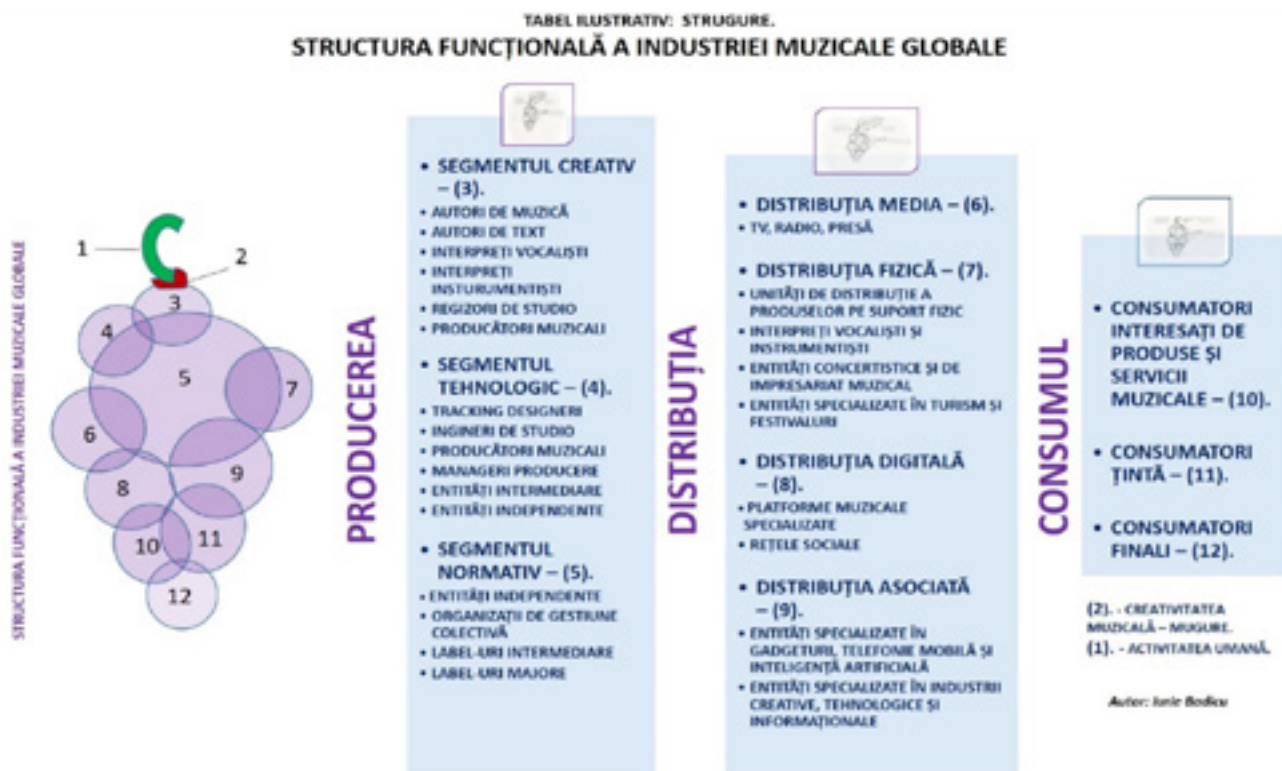
considerată completă structura industriei muzicale constituită din: „*producere, distribuție și consum*; structură, ale cărei componente interacționează prin intermediul conexiunilor specifice” [3 pp. 21-29].

În procesul de elaborare a teoriei verigilor slabe produsele și serviciile industriei muzicale, fiind produse, au fost supuse abordării logice, iar erodarea conexiunilor funcționare și apariția breșelor sistemice, fiind procese, au fost abordate dialectic. Totodată, aspectele generalizării și previziunii teoretice sunt de natură civilizațională, deoarece în acțiunea cercetării s-au utilizat lucrările: Huntington, S., *Ciocnirea civilizațiilor și refacerea ordinii mondiale* [4]; Toynbee, A., *Studiu asupra istoriei* [5]; Guenon, R., *Criza lumii moderne* [6]; Fukuyama, F. *Încredere: Virtuțile sociale și crearea prosperității* [7] etc. Operarea cu rezultatele analizei bazelor de date statistice, în special, *Global Music Report* [8], s-a concretizat în dovezi ale reflecției teoretice. Așadar, tezele înaintate de cercetător conțin la baza sa simplitate, furnizată prin cele două verigi slabe, dar și putere, asigurată de caracterul explicativ, predictibil, deductibil și inductibil al cercetării.

### Interpretarea structurii funcționale a industriei muzicale globale

Pentru a interpreta structura funcțională a industriei muzicale globale s-a considerat că cele trei componente structurale (*producerea, distribuția și consumul*) sunt compuse, la rândul său, din segmente funcționale, care constituie, de facto, *lanțul valoric* al industriei muzicale globale. Actualizarea lanțului valoric și includerea datelor cercetate într-o figură ilustrativă a permis elaborarea tabelului ilustrativ *Strugure (Tabelul 1)*. Conform conținutului tabelului și ilustrației incluse în el, fiecare bobită din strugure reprezintă și exemplifică un segment structural al industriei muzicale globale; în cazul teoriei date — o verigă.

**Tabelul 1.** Tabel ilustrativ *Strugure*. Structura funcțională a industriei muzicale globale.



Sursa: Tabel elaborat de autor.

Conceptual, prin aspectul și conținutul său, tabelul ilustrativ *Strugure* face referință la geneza domeniului cercetat. Astfel, s-a considerat că *mugurele creativității umane* (2) s-a dezvoltat din *vița acti-*

*vității omului* (1). Evoluând, dimensiunea muzicală a creativității umane „a extrapolat și, din punct de vedere economic, s-a transformat pe parcursul anilor 1850—1950 din activitate muzicală în industrie” [9 pp. 57-60]. Iar industria muzicală, la rândul său, a reușit să delimiteze și să desincronizeze *valorificarea de valorizare*. În sensul cercetării date, prin valorizare presupunem faptul de „a da valoare unui produs sau serviciu muzical, cu ajutorul efortului intelectual individual, precum și faptul de a considera valoare națională sau universală produse și servicii muzicale obținute prin efort intelectual social. Valorificarea, însă, presupune utilizarea, în procesul de producere, distribuția și consumul produselor și serviciilor muzicale ce posedă nivel de valorizare diferit” [10 p. 33].

Așadar, tabelul ilustrativ *Strugure* evidențiază următoarele aspecte importante ale structurii funcționale a industriei muzicale globale: geneza industriei muzicale (1) și (2); locul și rolul verigilor actuale, de la (3) la (12); conexiunea intersegmentară (interverigiană) dintre *producere, distribuție și consum*; entități publice și private — subiecți reprezentativi pentru fiecare segment; verigi puternice ale lanțului valoric (5), (9); verigi slabe ale lanțului valoric (3), (4), (6), (7), (12); lipsa conexiunii directe între componente (3) și (12); breșe sistemice ale industriei muzicale — spațiile goale între verigi (3) și (7), (4) și (6). Conform ilustrației tabelului, cea mai mare verigă a industriei muzicale globale este *segmentul normativ* (5), care, datorită ponderii subiecților săi menționați în tabel, este considerat cea mai puternică verigă industrială. În procesul funcțional *veriga normativă* (5) se evidențiază în calitate de administrator al verigilor *creativă* (3) și *tehnologică* (4), tot ea fiind și coordonatoarea distribuției, dar și formatoarea consumului. *Veriga creativă* (3), de rând cu cea a *consumatorului final* (12), sunt ilustrate prin a fi prima și ultima bobită a strugurelui industriei muzicale. Astfel, aceste două verigi, conform structurii vizualizate, sunt extremități *distale*, deși, conform funcționalității sistemice, acestea reprezintă verigi *proximale*. Această distorsiune a structurii în raport cu funcția se datorează poziționării centrale (abuzive) a *segmentului normativ* (5), care cauzează breșe sistemice și pericole existențiale pentru industria muzicală. Poziția situațională dată, cu o verigă pe post de supervisor, reprezintă consecința directă a confundării scopului cu mijloacele de către subiecți importanți ai producerii și distribuirii ((5), (6), (8) și (9)). Menținerea acestei poziții situaționale de natură structural-funcțională se datorează „desincronizării constante dintre procesul de valorificare și cel de valorizare a produselor și serviciilor muzicale în cadrul industriei muzicale globale” [10 pp. 33-40]. Așadar, perpetuarea desincronizării dintre valorificare și valorizare slăbesc *veriga creativă* (3) și cea a *consumatorului final* (12).

În tabelul ilustrativ analizat se atestă și tendința de slăbire a altor verigi, precum sunt *media tradițională* (presă, radio, tv) și *distribuția fizică* (compact discuri). Acest fapt, de rând cu poziția situațională analizată anterior, creează oportunități structurale pentru apariția verigilor noi, conceperea cărora este atribuită „dimensiunii inteligenței artificiale” [3 pp. 21-29]. Necesită menționare faptul că slăbirea verigilor (3), (6) și (7) nu s-a produs și nu se produce sub influența directă a *consumatorilor interesați de muzică* (10) și nici sub influența *consumatorului țintă* (11), ci constituie o tendință internă, indusă de segmentele structurale *tehnologic* (5) și *distribuția asociată* (9). La rândul său, *veriga tehnologică* (4), fiind și ea un mediu creativ al producerii sunetului, abordează muzica diferit de *veriga creativă umană* (3); în sensul menționat, „muzica poate fi considerată tehnologie și permite abordări în ascendența cât și în descendența dezvoltării sale” [11 pp. 2-4]. Acestea adevăresc conexiunea economică și protectoratul juridic pe care îl are *veriga tehnologică* (4) în raport cu *veriga normativă* (5). Reieșind din analiză, s-a considerat că *veriga tehnologică* (4) reprezintă un segment funcțional intrigant *antrenat în joc*<sup>1</sup>, în care „producerea muzicii și intriga acesteia în timpul jocului au multe similitudini și sunt apropiate din punct de vedere cognitiv și educațional” [12 pp. 2-6]. Acest aspect important argumentează deplasarea industriei muzicale pe dimensiunea distracției.

1 *Teoria Jocului*, creată de matematicianul John Van Neumann, care abordează problema comportamentului optim în jocuri cu mai multe persoane, într-un cadru de reguli precise care stabilesc posibilitățile acțiunii fiecărui jucător și modul de oferire la final a anumitor valori.

Cercetarea a presupus și abordarea spațiilor goale menționate în tabel — *breșele sistemice*, reprezentând locuri disponibile pentru eventualele bobite (verigi în devenire). Breșele sistemice ale lanțului valoric al industriei muzicale sunt consecința imixtiunii eminente a inteligenței artificiale, interogarea căreia pune sub semnul întrebării inteligența umană — *inumanismul raționalist*<sup>1</sup>. În acest sens, în acțiunea deductibilă și inductibilă a cercetării s-a ajuns la următoarea *interpretare culturologică a industriei muzicale globalizate*: „activitatea muzicală interferențială, asociată artei spectacolului, caracterizată prin dinamică sporită și interactivitate, sincronizată prin softuri, aplicații și diverse rețele sociale grăbește transformarea consumatorului țintă în consumator final” [1 pp. 72-75]. Dinamica sporită a industriei muzicale globale, inclusiv „aspectul său fulminant de *virus muzical* nu ține, însă, de esența mesajului muzical, de componenta valorică a produselor și serviciilor sau de axiologia proceselor, ci este consecința explorării progresiste a spațiului digital, actualmente reglementat insuficient” [10 pp. 33-40]. În acest sens, „dinamica sporită menține industria muzicală în condiții favorabile pentru supra-profitabilitate — obiectiv major al ofertanților industriei muzicale globalizate” [1 pp. 72-75]. Piața industriei muzicale este „inundată de o multitudine de sisteme muzicale automatizate și generate procedural, care satisfac majoritatea oamenilor în majoritatea situațiilor” [11 pp. 2-3]. În consecință, omul societății de consum este în așteptarea unei *ideologii noi*<sup>2</sup>, iar consumatorul de muzică rămâne forțat să se transforme el însuși din *subiect în produs comercial*<sup>3</sup>.

### Explicarea fenomenului verigilor slabe

Din punct de vedere funcțional, *segmentul creativ* și *segmentul consumatorului final* sunt verigi proximale, iar din punct de vedere structural aceste segmente sunt poziționate distal, astfel ele nu au interconexiune directă. Totalitatea relațiilor lor, în special, cea culturală și economică, este intermediată și dirijată de subiecții altor verigi ale lanțului valoric al industriei muzicale globale. Dezavantajul conflictului dintre creativitate și progres, dintre valorificare și valorizare în industria muzicală globală se explică astfel:

(A). Pe de o parte: omul din industria muzicală globală, el — autor, interpret sau producător muzical, posedând puterea creației, cedează administrarea dimensiunii economice, dreptul și venitul său ratat, șansa și influența sa în favoarea altor subiecți, întărind astfel o altă verigă a lanțului valoric.

(B). Pe de altă parte: tot el, omul industriei muzicale globale — consumator final, care posedă cea mai mare putere pe piață (puterea economică de cumpărare), cedează alegerea, decizia, timpul și banii în favoarea altor subiecți, întărind astfel o altă verigă a lanțului valoric.

• **Lanțul valoric al industriei muzicale globale conține două verigi slabe: segmentul creativ al producerii și segmentul consumatorului final.**

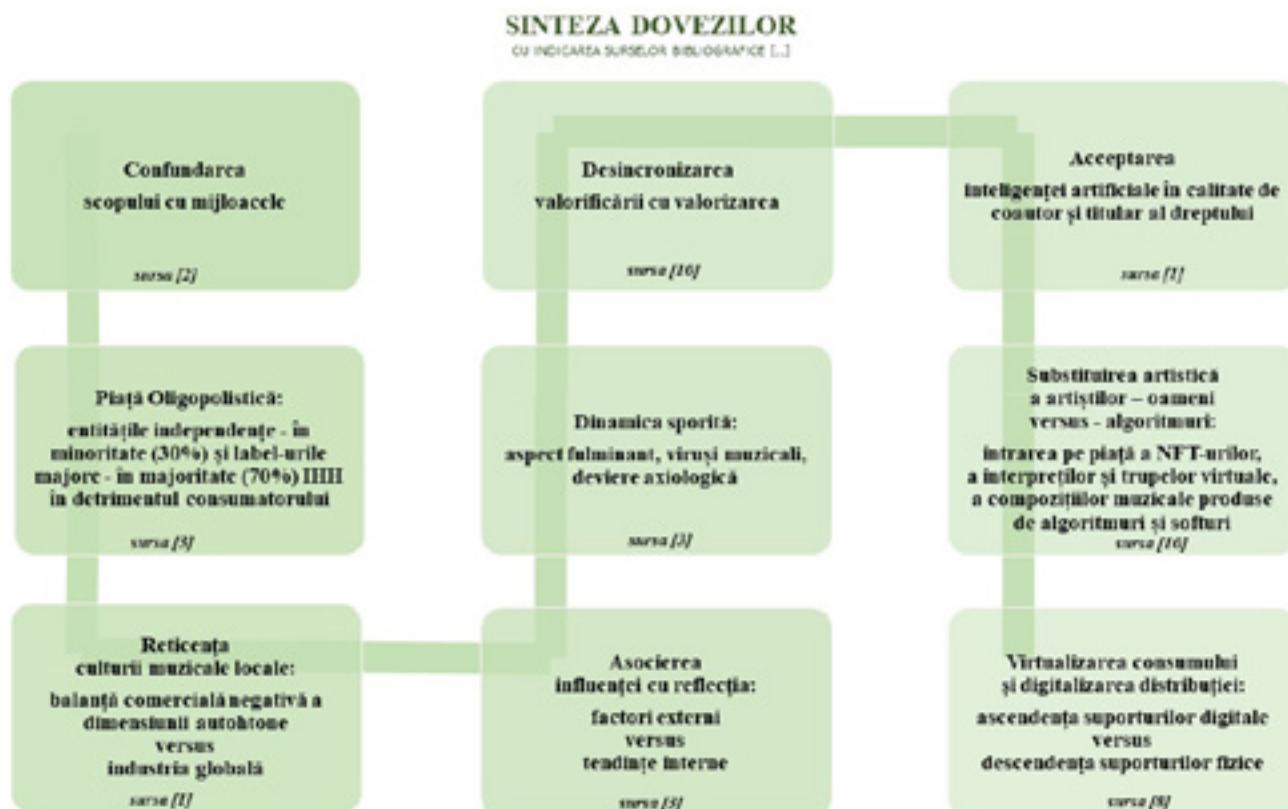
Enunțul teoriei verigilor slabe este fundamentat pe analiza, compararea, polarizarea și interpretarea structurii funcționale a industriei muzicale, precum și pe sinteza dovezilor statistice și a rezultatelor cercetării teoretice, incluse în **Figura 1**.

1 *Teorie* elaborată de filosoful *Reza Negarestani*, conform căreia conceptul de om este subexplorat și este o chestiune de investigare teoretică și practică. Rezultatele ei conduc spre o nouă concepție completă despre om, în opoziție cu versiunile clasice ale umanismului și esențialismului uman. Dintre numeroasele publicații ale lui *Reza Negarestani* menționăm lucrarea publicată în Cambridge (2018) — *Intelligence and Spirit*.

2 *Ideologia umanității tehnologice* dezvoltată de filosoful *Viorel Rotilă*, care caracteriza cetățeanul lumii globale printr-o singură datorie — să fie consumator! Autorul dezvoltă o serie de previziuni filosofice publicate în cadrul *Institutului European* din Iași (2011).

3 *Teorie* dezvoltată de *Horkheimer* și *Adorno*, care consideră că există o unitate a civilizației de masă, care este condusă de sus de o putere economică ce o depășește pe cea a industriei culturale. Aceasta își exercită influența asupra consumului cultural. Teoria afirmă că nu există nicio diferență între propagandă și industria culturală, astfel, *Horkheimer* și *Adorno*, în *La Dialectique de la raison* (Paris, 1983), consideră că este aceeași tehnică propagandistică unde consumatorul este client, angajat, material statistic, mijloc, și nicidecum scop.

Dovezile pentru teoria verigilor slabe conțin trimitere la sursele bibliografice ale cercetării și conturează viziunea actualizată despre industria muzicală globală. Astfel, identificarea și interpretarea verigilor slabe oferă perspectiva și oportunitatea înaintării unor previziuni despre direcțiile dezvoltării domeniului. În acest sens, industria muzicală globală este considerată construct polarizat și (totodată) semiconductor cu goluri, unde circuitul valoric cade în breșele sistemice. Așadar, asigurarea culturizării sănătoase a consumatorului de produse și servicii muzicale presupune fortificarea structurală și funcțională a acestor verigi. Or, inacțiunea fortificării și perpetuarea slăbirii acestora va cauza detașarea lor de la structură și, în consecință, actuala industrie muzicală, prin dihotomie, va urma direcții diferite de dezvoltare.



Sursa: Figură elaborată de autor.

### Direcții de dezvoltare a industriei muzicale globale

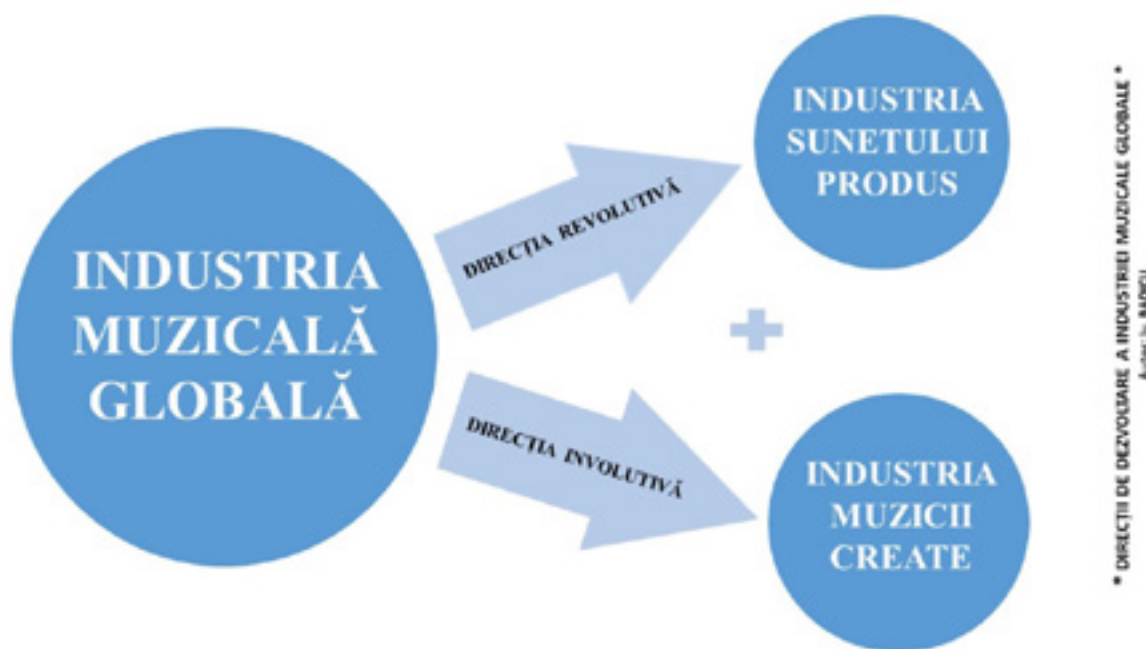
Problematika direcțiilor de dezvoltare se află în dificultate din cauza insuficienței surselor bibliografice relevante. Deși Stracovici Iu., în lucrarea Музыкальная культура в цифровую эпоху: трансформация социального функционирования [13], a presupus o „nouă ordine muzicală” [13 pp. 82-124] prin intermediul a *trei direcții de dezvoltare*<sup>1</sup>, totuși, s-a considerat actuală și potențială previziunea a două direcții de dezvoltare: *revolutivă* și *involutivă*.

**Direcția revolutivă.** În acest caz, trecerea de la starea calitativă veche la cea nouă nu garantează neapărat și o stare nouă a calității, ajunsă prin punerea în evidență a valorilor artistice și culturale, ci atingerea valorii cantității. O astfel de dezvoltare a industriei muzicale globale este asistată de salturi, întreruperi, breșe, disfuncționalități, probleme, crize și consecințe, uneori irecuperabile. Modalitatea revolutivă reprezintă o direcție progresistă, liniară și oscilatorie, care admite obținerea rezultatelor noi

1 (1) *Lichidarea*, prin lobby și prin intermediul rețelei digitale mondiale, dirijate din umbră de corporații. (2) *Dezintegrarea socială*, din motivul triumfului haosului și lipsei de reglementare. (3) *Transformarea* într-o nouă etapă de dezvoltare, caracterizată prin asumare și conștientizare a responsabilității tuturor participanților din industria muzicală, în condițiile păstrării libertății de comunicare și exprimare.

prin confundarea scopului cu mijloacele și prin asimetria culturii cu natura, dezvoltată pe dimensiunea inteligenței artificiale. Din șirul caracteristicilor direcției revoluției fac parte: valorificarea produselor și serviciilor muzicale fără sincronizarea cu valorizarea acestora, epuizarea centrelor de creativitate muzicală, creșterea reticenței culturii muzicale locale și persistența problemei crizei de direcție.

*Direcția involutivă* presupune acțiunea concomitentă a valorificării și a valorizării produselor și serviciilor muzicale și reprezintă ciclicitatea dezvoltării industriei muzicale. Direcția involutivă este o revenire sănătoasă, de natură fiziologică, a activității muzicale la parametrii săi anteriori sau și o trecere armonioasă, de natură filozofică, de la multiplul standardizat la unitățile originale. Dezvoltarea involutivă a industriei muzicale globalizate, în condițiile anului 2022 și în perioada imediat următoare, poate fi eficientă în cadrul structurilor locale care își consideră industriile autohtone — potente și reticente. Direcția involutivă poate fi aleasă și decisă de societăți cu diverse forme de organizare statală, în condițiile ciocnirii armonioase dintre civilizații și a acceptării influențelor reciproce, excluzându-se dominația unei culturi muzicale sub pretextul universalității acesteia. În rezultatul celor expuse, s-a făcut sinteza ilustrativă a direcțiilor și destinațiilor dezvoltării industriei muzicale globale, incluse în **Figura 2**.



Sursa: Figură elaborată de autor.

Așadar, conform **Figurii 2** s-a conchis că actuala industrie muzicală globalizată urmează două direcții de dezvoltare: *revolutivă* și *involutivă*, iar structura sa funcțională devine bicomponentă: *industria sunetului produs* și *industria muzicii create*. Produsele și serviciile *industriei sunetului produs* sunt mult mai atractive pentru omul societății de consum, deoarece rețeaua neuronală artificială sumează multitudinea preferințelor sociumului, clasifică mesajele și identifică cel mai predictibil răspuns muzical. Verigile structurale ale acestei industrii urmează, însă, anexarea la alte industrii creative: tehnologice, informaționale, paliativ-distractive, animație, film, video spoturi, kids games etc. În consecință, *industria sunetului produs* se conformează ordinei structurale, cerințelor și activității noilor comanditarii ai pieței, care sunt companii-gigant, transnaționale cu diferite domenii de activitate ce dezvoltă noi dimensiuni atât pentru producere și distribuție cât și pentru consumul muzical asociat. În conformitate cu **Figura 2**, în *industria sunetului produs*, spre deosebire de *industria muzicii create*, omul însuși va fi o unitate de măsură — *un produs*, iar problema celor două industrii muzicale rămâne și „problema celor două umanități” [14 p. 265], care constituie doar o chestiune de timp.

### Concluzii

În urma cercetării etapizate, în care s-a interpretat culturologic structura funcțională a actualei industrii muzicale, s-a explicat fenomenul verigilor slabe și s-au sintetizat dovezi în favoarea teoriei definite, facem următoarele concluzii.

Lanțul valoric al industriei muzicale globale conține două verigi slabe: *veriga creativă umană* și *veriga consumatorului final*. În rezultatul conflictului cultural dintre creativitatea muzicală și progresul tehnologic, industria muzicală globalizată se supune dihotomiei structural-funcționale, urmând direcții diferite de dezvoltare: *revolutivă* și *involutivă*.

Parcursul direcțiilor de dezvoltare se concretizează în următoarele destinații structural-funcționale: *industria muzicii create* și *industria sunetului produs*. Asigurarea culturalizării sănătoase prin sincronizarea valorificării cu valorizarea produselor și serviciilor muzicale va fi o funcție dificil de îndeplinit pentru *industria sunetului produs*.

### Referințe bibliografice

1. BADICU, I. Reticența culturii muzicale autohtone în circumstanțele industriei muzicale globalizate. In: *Тенденції та перспективи розвитку науки і освіти в умовах глобалізації*: Матеріали Міжнар. науково-практичної інтернет-конф., 29 квітня 2022 [online]. Переяслав, 2022, вип. 81, с. 72-75 [accesat 03 aug. 2022]. Disponibil: <https://d6scj24z-vfbbo.cloudfront.net/12ac69b5c0bec343f11779551473023e/200000458-35e8f35e91/%2081-9.pdf?ph=0a30397da1>
2. BADICU, I., COMENDANT, T. Teorii despre industria muzicală: analiza abordărilor socio-culturologice. In: *Studiul artelor și culturologie: istorie, teorie, practică*. 2021, nr. 4 (41), pp. 261-266. ISSN 2345-1408.
3. BADICU, I. The Influence of the Digital Economy Development on the Global Music Industry. In: *European Journal of Accounting, Finance & Business* [online]. Suceava, 2022, vol. 10, nr. 1, pp. 21-29 [accesat 10 aug. 2022]. Disponibil: <https://doi10.4316/EJAFB.2022.1013>
4. HUNTINGTON, S. *Ciocnirea civilizațiilor și refacerea ordinii mondiale*. București: Litera, 2012. ISBN 978-606-600-820-4.
5. TOYNBEE, A. *Studiu asupra istoriei: sinteza volumelor VII-X, de Somervell*. București: Humanitas, 1997. ISBN 973-28-0692-3.
6. GUENON, R. *Criza lumii moderne*. București: Herald, 2022. ISBN 978-973-111-919-9.
7. FUKUYAMA, F. *Încredere: Virtuțile sociale și crearea prosperității*. Prahova: Antet Press, 2009. ISBN 973-8467-01-9.
8. Global Music Report, Annual State of the Industry IPFI (2021) [online]. In: *IPFI*: [site]. [accesat 15 aug. 2022]. Disponibil: <https://www.ifpi.org/ifpi-issues-annual-global-music-report-2021/>
9. BADICU, I. Transformarea activității muzicale în industrie: rolul cultural și miza economică a invențiilor. In: *Intellectus*. 2021, nr. 1/2, pp. 57-60. ISSN 1810-7079.
10. BADICU, I. 51% de muzică autohtonă: imperativ cultural și normă juridică pentru dezvoltarea industriei muzicale din Republica Moldova. In: *Intellectus*. 2022, nr. 1, pp. 33-40. ISSN 1810-7079.
11. McDERMOTT, E. Holly Herndon on her ai baby, reanimating tupac, and extracting voices. [online]. In: *Art in America*: [site]. 07 Jan. 2020 [accesat 22 iul. 2022]. Disponibil: <https://www.artnews.com/art-in-america>
12. KRUISMAKI, H., JUVONEN, A. *The new horizons for music technology in education* [online]. Helsinki, 2009 [accesat 03 apr.2022]. Disponibil: [https://swsu.ru/sbornik-statey/pdf/The\\_new\\_horizonts\\_for\\_music\\_technology.pdf](https://swsu.ru/sbornik-statey/pdf/The_new_horizonts_for_music_technology.pdf)
13. СТРАКОВИЧ, Ю. *Музыкальная культура в цифровую эпоху: трансформация социального функционирования* [online]. Москва, 2010, с. 84-124. [accesat 16 apr. 2022]. Disponibil: <http://www.dslib.net>
14. BOBOC, J. *Transumanismul decriptat: Metamorfoza navei lui Tezeu*. Iași: Doxologia, 2021. ISBN 978-606-666-948-1.