

Musikkdistribusjon på Internett: tar fildeling livet av musikkindustrien?

- en kvantitativ studie av ungdom og bruk av Internett-distribuert musikk

Ole Magnus Marksten



Mastergradsavhandling, Institutt for medier og kommunikasjon

UNIVERSITETET I OSLO

19.12.2005

SAMMENDRAG

Denne masteroppgaven undersøker fildeling og bruk av digitalt distribuert musikk blant en gruppe på 336 18- og 19-åringer i videregående skole. Oppgaven kartlegger omfanget av fenomenet blant norsk ungdom både i forhold til utbredelse og omfang, og undersøker sammenhenger mellom nedlasting og forskjellige bakgrunnsvariabler som økonomi, kjønn og interessefelt. Samtidig belyser oppgaven forholdet mellom fildeling og musikkindustri, med utgangspunkt i påstander om at fildeling har ødeleggende konsekvenser for musikkindustrien og at musikknedlasting erstatter kjøp av musikk i tradisjonelle distribusjonsformer. Forholdet mellom fildeling og industri undersøkes med to tilnærminger; både ved en strukturell analyse av endringer i markedssituasjonen for musikkdistribusjoner i perioden fra 1998-2004, og ved analyse av brukerdata fra spørreundersøkelsen i forhold til en teori om at fildeling i tillegg til å erstatte kjøp av musikk også har andre anvendelsesområder som ikke nødvendigvis står i opposisjon til musikkindustriens interesser.

ABSTRACT

This thesis explores file sharing and use of digital music among a group of 336 18- and 19-year old youth in Norwegian schools. The thesis is mapping the extent of the file sharing phenomena among Norwegian youth in terms of both diffusion and volume, and investigates possible coherences between downloading and different background variables such as disposable income, gender and fields of interest. The thesis is also examining the relation between music file sharing and the industry, using the claims that file sharing is having a devastating effect upon the music industry and that music file sharing is a replacement for purchasing traditionally distributed music as starting points. The relation between file sharing and the industry is investigated with two different approaches, both by a structural analysis of the market situation for traditionally distributed music between 1998-2004, and by analysis of user data gathered in the survey tested up against a theory that music file sharing in addition to a sales displacing use also has different areas of use which not necessarily is in opposition to the interests of the music industry.

ET SLAGS FORORD

Takk!

Dette prosjektet har jeg holdt på med en god stund, og følgelig er det svært mange mennesker som har bidratt på en eller annen måte, fra medstudenter til journalister til personer i bedrifter og i det offentlige til forskere og i det hele tatt. En generell takk rettes til alle dere som har hjulpet meg frem mot dette resultatet.

Noen må likevel fremheves spesielt; for det første takk til de elevene i videregående skole som har deltatt i undersøkelsen og til de ansatte ved de videregående skolene som har hjulpet til med gjennomføring av spørreundersøkelsen, uten disse hadde ikke dette prosjektet vært mulig å gjennomføre. Takk til min veileder Gunnar Sæbø, særlig for den intense innsatsen i prosjektets slutfase. Dessuten; takk til Bjørn Marksten som stilte opp som korrekturleser opptil flere ganger på svært kort varsel. Sist men ikke minst, takk til Linn, som har vært tålmodig med meg gjennom hele prosessen.

INNHALDSFORTEGNELSE

| | |
|--|-----------|
| Sammendrag | iii |
| Abstract | iii |
| Et slags forord..... | v |
| Innholdsfortegnelse | 1 |
| Kapittel 1: Innledning | 3 |
| 1.1 Fildelingens konsekvenser - tre posisjoner..... | 4 |
| 1.2 Analyseobjekt og problemstillinger | 6 |
| 1.2.1 Ungdom, musikk, nedlasting – om avgrensning av oppgaven | 7 |
| 1.2.2 Tilnærming til ungdom og fildeling: noen hypoteser..... | 7 |
| 1.3 ”Marked” og ”Bruker” - tilnærminger i forskningen..... | 11 |
| Kapittel 2: Teknologi, Samfunn, Marked | 13 |
| 2.1 Teknologi og samfunn..... | 13 |
| 2.1.1 Teknologisk determinisme | 13 |
| 2.1.2 Teknologi som et sosialt konstruert fenomen | 15 |
| 2.2 Teknologi og marked..... | 17 |
| 2.2.1 Endringer i strukturelle betingelser..... | 19 |
| 2.2.2 Fildeling, industri og marked | 20 |
| 2.3 Fildeling og praksis | 21 |
| 2.3.1 Autorisert og uautorisert nedlasting..... | 25 |
| 2.3.2 Andre former for privat eksemplarframstilling | 26 |
| Kapittel 3: Metode, data og forskningsdesign..... | 28 |
| 3.1 Sammensetting av utvalg..... | 29 |
| 3.1.1 Utvalgets sammensetning i denne undersøkelsen | 29 |
| 3.1.2 Representativitet | 30 |
| 3.2 Utforming av spørreskjema | 31 |
| 3.3 Gjennomføring og databehandling..... | 33 |
| 3.3.1 Analyse og teknikkvalg..... | 35 |
| 3.4 Annet materiale | 35 |
| 3.5 Markedsstudier i en brukersammenheng..... | 36 |
| Kapittel 4: Markedet for musikkdistribusjoner..... | 38 |
| 4.1 Den norske musikkstatistikken: nedgang... eller?..... | 38 |
| 4.2 Fildeling og endringer i salg..... | 39 |
| 4.3 Hvilke andre faktorer kan påvirke musikkmarkedet? | 42 |
| 4.3.1 Endringer i forbrukernes inntekt og forbruk..... | 42 |
| 4.3.2 Kjøp og bruk av substituttprodukter | 43 |

| | | |
|--|---|------------|
| 4.3.3 | Endringer i lytterdemografiske grupper | 45 |
| 4.3.4 | Endringer i distribusjonskanaler | 46 |
| 4.3.5 | Endringer i musikalsk kvalitet og smak | 47 |
| 4.3.6 | Andre forklaringer? | 48 |
| 4.4 | Konklusjon | 49 |
| Kapittel 5: Ungdom og fildeling | | 51 |
| 5.1 | Hvem laster ned musikk? | 51 |
| 5.1.1 | Hvor mange unge laster ned musikk – og i hvilken grad? | 52 |
| 5.1.2 | ...men hvor mange deler filene sine? | 56 |
| 5.1.3 | Mot en fildelingsdemografi; hvem laster ned og deler musikk? | 58 |
| 5.1.4 | Oppsummering | 63 |
| 5.2 | Bruk av musikkfiler | 64 |
| 5.2.1 | Forholdet mellom nedlasting og musikk i fysiske distribusjoner | 65 |
| 5.2.2 | Forhold til format; har de tradisjonelle formatene utspilt sin rolle? | 67 |
| 5.2.3 | Nedlasting og forskjellige ”typer” musikk | 72 |
| 5.2.4 | Oppsummering | 74 |
| 5.3 | Holdning til industri, fildeling og kjøp av musikk | 75 |
| 5.3.1 | Copy Control | 76 |
| 5.3.2 | Juridiske kampanjer og konsekvenser for nedlasting | 77 |
| 5.3.3 | Kjøp av digitale musikkfiler | 80 |
| 5.3.4 | Holdning til nedlasting av musikk | 83 |
| 5.4 | Oppsummering: fildeling blant ungdom i Norge | 86 |
| 5.4.1 | Mot en klassifisering av fildelere | 87 |
| Kapittel 6: Fildeling og skadevirkninger for industrien | | 92 |
| Kapittel 7: Oppsummering | | 99 |
| 7.1 | Hovedfunn | 99 |
| 7.2 | ”Veien videre” | 100 |
| Litteraturliste | | 102 |
| | Lovtekster og offentlige dokumenter | 109 |
| Tabelloversikt | | 110 |
| Vedlegg 1: Spørreskjemaet | | 111 |
| Vedlegg 2: Diagrammer | | 117 |

Kapittel 1: **INNLEDNING**

«The impact of online piracy on the US music business has been devastating.... The 31% decline in music sales between 1999 and 2002 is primarily due to piracy»

- Cary Sherman, leder for RIAA (Feuilherade 2004, P2pnet.net 2004)

«In recent years [...] the unbridled advance of the Internet has created a disturbing disconnect in our relationship, [...] No question the most insidious virus in the midst of this illegal downloading of music is piracy on the Net. [...] This illegal file-sharing and ripping of music is pervasive, out of control, and it's oh-so-criminal. Many [...] are in immediate danger of being marginalized out of our business. Ripping is stealing their livelihood one digital file at a time, leaving their music dreams haplessly snared by theft and indifference»

- Michael Greene, President og CEO for Recording Academy (boycott-riaa.com, [udatert], Vaidhyanathan 2004:41)

Om 80-tallets digitale revolusjon for musikkindustrien var CD-en, så var definitivt det som på folkemunne kalles *MP3* 90-tallets digitale revolusjon for musikkonsumentene. Tidlig på 90-tallet ble det utviklet filformater som gjorde håndtering av digitale musikkfiler på Internett mulig ved å redusere filstørrelsen til ca. en tiendedel, og dette uten vesentlig kvalitetsforringelse. Mens musikkindustrien var opptatt med utvikling av interaktive og utvidede CD-formater (Alderman 2002:27-28, 90) og av å bekjempe ulovlige kassettopptak (Garofalo 1999) vokste det fram nettverkssystemer hvor Internettbrukere gratis kunne laste ned og dele musikkfiler. Noen av disse tjenestene ble raskt svært populære, og allerede i løpet av år 2000 hadde Shawn Fannings berømte nettverkssystem *Napster* hele 500 000 daglige brukere, etter kun ett års drift (Alderman 2002:108).

Om industrien fram til slutten av 90-tallet hadde vært motvillige til å se og benytte seg av nettets potensial, gjaldt det desto mer å stagge utviklingen i retning av at deres produkter ble distribuert utenom de kanalene hvor vederlaget når industrien. Industriens manøvrer har vært i flere retninger, både ved innføring av noe upopulære og til dels lite effektive tekniske kopisperrer, ved omfattende lobby- og informasjonsvirksomhet og ikke minst ved søksmål, både mot selskaper og privatpersoner. I den senere tid har også lovlige alternativer i form av betaltjenester blitt lansert, delvis med suksess, men utviklingen av disse tjenestene har gått sakte, og først i løpet av 2005 har betaltjenester som kan oppfattes som seriøse alternativer til fildelingsnettverkene blitt introdusert her til lands.

I kjølvannet av rettssakene mot *MP3.com* og *Napster* som begge endte i musikkindustriens favør vokste det fram en ny og mer teknisk avansert form for fildelingsnettverk, nemlig såkalte desentraliserte eller "peer-to-peer"-baserte nettverkssystemer som *Grokster*, *KaZaA*, *Morpheus*, *Limewire* og mange flere. Dette er systemer som i motsetning til "vanlige" datanettverk ikke har en såkalt *klient/tjener-arkitektur* (Liestøl og Rasmussen 2003:208), men som har en sann nettverksstruktur som gjør at nettverket ikke avhenger av sentrale datamaskiner. Dette innebærer at nettverket er tilnærmet umulig å stenge ned (Vaidhyanathan 2004:17, Marksten 2005). En av musikkindustriens reaksjoner for å håndtere dette problemet var å sette i gang søksmål mot store antall såkalte notoriske brukere av denne typen tjenester hvor brukere ble og blir stilt ansvarlige for økonomiske tap på opp til 150.000 \$ per musikkfil de har delt med andre. Mange av de saksøkte brukerne var ungdom, enkelte ned i 12-årsalderen, og noen ble stilt ansvarlig for beløp av en slik størrelse at det gav søksmålene preg av først og fremst og være en skremselskampanje. Denne juridiske kampanjen har fått svært mye medieoppmerksomhet, og det er delte meninger om denne måten å ta tak i nedlastingsproblemet på. Interesseorganisasjonen IFPI hevder å ha støtte fra 54 % av respondentene i en undersøkelse (IFPI 2004), mens andre undersøkelser viser noe annet, blant annet mener mange musikere, komponister og artister at denne strategien ikke tjener deres sak (Rainie og Madden 2004). Platebransjeorganisasjonenes retorikk er imidlertid klar; ikke uten en parallell til 80- og tidlig 90-tallets slagord "home taping is killing music" er industriens budskap at *MP3 tar livet av musikken*.

1.1 FILDELINGENS KONSEKVENSER - TRE POSISJONER

Debatten om fildelingstjenestene har i stor grad dreid seg om hvilken effekt disse systemene kan ha på musikkindustrien, og i denne debatten er det mulig å identifisere flere posisjoner som man finner igjen uavhengig av forum og tilnærming til temaet.

En posisjon er at deling av filer på Internett påfører musikkindustrien stor skade, og om ikke problemet håndteres, vil det i verste fall kunne føre til en total kollaps av hele musikkindustrien. Industriens representanter som interesseorganisasjonene IFPI Norge og GGF har naturlig nok antatt denne holdningen sammen med sine utenlandske og internasjonale motparter RIAA, BPI, ARIA og IFPI med flere, og en rekke forskningsinnsatser både fra meningsmålings- og analysebyråer samt fra akademiske miljøer stiller seg i det minste delvis bak disse påstandene, selv om effekten av skadevirkning ofte moderes noe. Kvantitativt funderte undersøkelser med basis i surveymateriale slik som Blackburns *On-line Piracy and Recorded Music Sales* (2004), Zentners *Measuring the Effect of Music Downloads* (2004) og Rob og Waldfogels rapport *Piracy on the high Cs*

(2004) samt mer økonometrisk og markedsorienterte analyser som Liebowitz' artikler *File Sharing: Creative Destruction or just Plain Destruction?*(2004) og *Will MP3 downloads Annihilate the Record Industry? The Evidence so Far* (2003) konkluderer alle med at fildeling kan ha betydelig påvirkning på hvorvidt folk kjøper musikk eller ikke og at fildeling har effekt på industriens resultater.

Andre forfekter et mer formidlet syn og er kanskje av den grunn mindre grad synlige i den offentlige debatten, men har dog like interessante poenger. Argumentasjonen deres er at mens enkelte brukere av fildelingsapplikasjoner bruker Internett for å anskaffe seg musikk gratis som de ellers ville betalt for, bruker mange fildelingsapplikasjoner på andre måter. Dette gjør at selv om fildeling i deres mening sannsynligvis kan skade musikkindustrien økonomisk, er det liten sannsynlig at skadevirkningen kommer til å være fatal eller i det hele tatt betydelig. Enkelte som innehar denne posisjonen argumenterer dessuten for at problematikken rundt fildeling av musikk har hatt og kommer til å ha en viktig transformativ effekt på musikkindustrien, som i følge annen litteratur på feltet har vært svært lite villige til å benytte seg av Internett i sitt virke. Disse påstandene representeres i en survey- og markedsanalytisk rapport av Stefan Helmer (2003) samt i en mer kvalitativt analytisk artikkel av Mark Cary og David Wall fra 2001.

I en tredje posisjon argumenteres det for at effekten av fildeling ikke er påviselig negativ eller at den primært er positiv da fildeling stimulerer musikkforbruk og promoterer ny musikk på en helt annen måte. Selv om dette er en oppfatning som står i steil opposisjon til hva musikkindustrien mener, har mange av dens bidragsytere inntatt denne posisjonen, eksempelvis argumenterer profilerte artister og band som Courtney Love, Alanis Morissette og Public Enemy (Alderman 2002) og mange flere for at fildeling helt klart har positive effekter, og en studie utført av *PEW Internet & American Life Project* viser at mange musikere har et positivt syn på effekten av slik Internett-distribuert musikk (Rainie og Madden 2004). Flere akademiske innsatser støtter opp om denne posisjonen; Oberholzer og Strumpfs artikkel *The Effect of File Sharing on Record Sales – An Empirical Analysis* fra 2004 konkluderer ved hjelp av kvantitative analyser av musikkkjøp sammenliknet med et representativt utvalg nedlastinger med at effekten av nedlasting er tilnærmet lik null, mens Eric Boorstin i en tekst som kombinerer surveymateriale med en økonometrisk analyse, påviser en viss positiv effekt av fildeling, selv om negativ effekt kan måles blant 15-24-åringer (2004). Peitz og Waelbrock påpeker at fildeling har hatt en viss negativ effekt (2004a, 2004b), men at den *matching*-effekten fildeling på Internett bidrar med kan om riktig utnyttet føre til bedre økonomiske kår i musikkindustrien selv til tross for reduserte salg i faktisk antall enheter (2004c). To andre rapporter, som også kombinerer surveymateriale med økonomisk

analyse, kommer til tilsvarende konklusjoner. En rapport viser at fildeling til tross for negativ effekt blant enkelte har positiv effekt blant musikkinteresserte (Bounie et. al. 2005). Gopal, Bhattacharjee og Sanders konkluderer med at fildeling til tross for negativ effekt for såkalte *superstar artists*, altså svært populære popartister, har positiv effekt på mindre kjente artister, en effekt gjør at fildeling kan være positivt for musikkindustrien om de utnytter den riktig (Gopal et al. 2005).

1.2 ANALYSEOBJEKT OG PROBLEMSTILLINGER

«But then it struck me: Not only have these guys [to unge musikere] never probably owned an album, but they probably don't even think of music in terms of CDs or albums. Songs to them are listed on screens, then downloaded and played»

- (Evan I. Schwartz i Alderman 2002:xii).

Med denne avhandlingen ønsker jeg å undersøke norsk ungdoms bruk av Internett for å laste ned og dele musikkfiler. Med utgangspunkt i en spørreundersøkelse jeg har gjennomført blant 336 18- og 19-åringer i videregående skole i fire fylker ønsker jeg å undersøke *hvor mange som laster ned og deler musikk på Internett* og i hvilket omfang dette foregår. Jeg vil også se nærmere på *hva som karakteriserer de som laster ned musikk*; om det er ungdom med spesielle interesser eller med visse karakteristiske kjennetegn eller om fildeling er en Internettaktivitet ungdom flest holder på med. Videre vil jeg undersøke nærmere om det er riktig som Evan I. Schwartzs sitat antyder at ungdom i så stor grad har tatt i bruk de nye digitale distribusjonsmetodene for musikk at de ikke en gang forstår musikk som knyttet til albumformatet eller til fysiske distribusjoner, eller om bruk av digitale musikkfiler er et supplement til tradisjonelle distribusjonsformer?

I tillegg til denne kartleggingen av fildelingsfenomenet hvor vil jeg forsøke å identifisere mulige mønstre i hvordan unge bruker Internett for å laste ned musikk, vil jeg også undersøke hva slags *holdninger* de unge har i forhold til fildeling. Særlig vil jeg undersøke holdninger overfor musikkindustriens tiltak for å begrense deling av musikkfiler, for på denne måten å se hvorvidt den innsatsen musikkindustrien og dens interesseorganisasjoner har gjort de siste årene har hatt en begrensende eller holdningsskapende effekt blant en av industriens viktigste målgrupper.

Som det fremgår av disse problemstillingene er målet med denne avhandlingen å kartlegge norsk ungdoms bruk av fildelingssystemer og bruk av Internett-distribuert musikk, men en overordnet problemstilling gir i stor grad retning til kartleggingsarbeidet; *hva slags betydning har nettdistribuert*

musikk for musikkindustrien og de tradisjonelle distribusjonsformene industrien i all hovedsak er basert på så langt? Ved å supplere materialet fra undersøkelsen med en analyse av musikk- og medieunderholdningsmarkedet vil jeg forsøke å finne ut om det er rimelig å tilskrive så godt som all nedgang i industrien til musikknedlasting slik industrirepresentanter som Cary Sherman argumenterer i sitatet i starten av dette kapittelet, eller om det er indikasjoner på at det kan være mer komplekse årsakssammenhenger som ligger bak den nedgangen musikkindustrien har opplevd i løpet av de siste årene.

1.2.1 Ungdom, musikk, nedlasting – om avgrensning av oppgaven

Denne oppgaven avgrenses til kun å ta for seg *ungdoms* forhold til internettdistribuert musikk, til tross for at studier som de som er gjennomført av *Pew Internet & American Life Project* viser at en betydelig andel voksne mennesker bruker Internett til musikknedlasting (Rainie et. al 2004). Utvalget, som jeg vil diskutere mer utførlig i kapittel 3 er ytterligere avgrenset til kun å omfatte ungdom i avgangsklassene i videregående skole, altså hovedsakelig elever fra 3. klasse med unntak av elever fra visse yrkesfaglige studieretninger. Dette valget er gjort dels av praktiske årsaker og dels av metodemessige årsaker, men samtidig er det slik at denne aldersgruppen er en svært viktig gruppe både for musikkindustrien og i en Internettrelatert sammenheng. Ungdom i denne alderen er svært ivrige konsumenter av musikkprodukter, tall fra Medienorge og Statistisk Sentralbyrå viser at ungdom i aldersgruppen 16-19 år per 2003 er den aldersgruppen som lytter mest til musikk; på en gjennomsnittsdag lyttet 77 % av denne gruppen på en fonogramproduksjon¹, og blant disse er den gjennomsnittlige lyttetiden på hele 126 minutter (Medienorge, udatert [1]) For det andre, som en naturlig konsekvens av at ungdom i denne alderen er såpass ivrige musikklyttere representerer ungdom rundt 18 år det nedre sjiktet av en svært viktig målgruppe for musikkindustrien. I tillegg kjennetegnes denne aldersgruppen av at svært mange har tilgang til Internett og bredbåndstilkobling; i følge MedieNorge og Statistisk Sentralbyrå har 79 prosent i gruppa 16-24 år har tilgang til Internett hjemme, hvorav 47 prosent har tilgang til bredbånd. Dessuten bruker svært mange i denne aldersgruppen Internett regelmessig; 85 prosent av ungdom mellom 13-19 år bruker Internett en gang i uka eller mer (Medienorge, udatert [2]).

1.2.2 Tilnærming til ungdom og fildeling: noen hypoteser

Målet med denne oppgaven er å sette to hypoteser som angår bruken opp av digital bruker distribusjon av musikk opp i mot hverandre, og teste dem empirisk. Hypotesene er i stor grad formulert ut fra teori, i utspill fra partene som er involvert i konflikten omkring fildeling og i

¹ CD, MC, LP og singel (uklart hvorvidt musikkfiler avspilt fra datamaskin er med i denne beregningen)

den forskningen som allerede er utført på feltet, og begge hypotesene har sitt fundament i oppfatninger om *hvilke konsekvenser* bruken av fildelingssystemer har for musikkindustrien.

Den første hypotesen er at nedlastede musikkfiler brukes som en erstatning for kjøpt musikk, og at deling av musikkfiler dermed har betydelig effekt på musikkindustrien i form av tapte salg. Bak denne hypotesen står musikkindustrien og industriens interesseorganisasjoner, som gjennom en del uttalelser skaper et bilde av en oppfatning om at fildeling primært er piratvirksomhet, og at fildeling er den viktigste årsaken til industriens nedgangstider. Hypotesen har dessuten grunnlag i et betydelig antall forskningsinnsatser av både strukturdataanalytisk (Liebowitz 2003, 2004; Norbert 2004; Zenthner 2003, Blackburn 2004, Zenthner 2004) og brukerdataanalytisk (Peitz og Waelbrock 2004a, 2004b, Rob og Waldfogel 2004) karakter, som riktignok med noe mer moderate påstander viser at fildelingsteknologi og anvendelsen av denne går utover musikkindustriens salg.

I kontrast til dette står den andre hypotesen som testes, at fildeling har andre bruksområder som fremmer kjøp av musikk eller som kan eksistere parallelt med bruk av kjøpt musikk. Denne hypotesen har sitt grunnlag i teori om at fildeling ikke nødvendigvis er ”pirateri”, men at fildeling er et sammensatt fenomen og en teknologiform som anvendes på flere forskjellige måter som ikke nødvendigvis står i et direkte motsetningsforhold til musikkindustriens interesser (Lessig 2004, Nag 2005, Peitz og Waelbrock 2004c). Denne oppfatningen kan relateres til et bestemt teknologisynt; ut i fra en idé om at teknologi konstrueres sosialt og samfunnsmessig vil ”unge” teknologiformer karakteriseres av fleksibilitet med hensyn til anvendelse, heller enn at teknologiens formål er ferdig formet når teknologien tas i bruk. I et slikt syn vil ny og ”ustabil” teknologi preges av at det eksisterer flere forskjellige praksiser. Grunnlaget for denne hypotesen finnes også i likhet med den første hypotesen forskningsinnsatser både av strukturdataanalytisk og brukerdataanalytisk karakter. Disse viser at effekten av fildeling på musikkindustrien er ubetydelig (Oberholtzer og Strumpf 2003, Boorstin 2004) eller til og med positiv i enkelte segmenter av markedet (Bounie et. al. 2005, Gopal 2005) og at flere alternative praksiser synes å eksistere.

Som nevnt i kapittel 1.2, er også *kartlegging* av fildelingsfenomenet et mål med undersøkelsen, og et knippe hypoteser om sammenhenger mellom bakgrunnsvariabler og nedlasting testes også i oppgaven.

Inntekt er en variabel som undersøkes, og to mulige sammenhenger mellom inntekt og bruk fildelingssystemer kan tenkes. På den ene siden kan man forvente en sammenheng mellom lav

disponibel inntekt og musikknedlasting, i det minste om man tar utgangspunkt i at nedlasting av musikk er en gratis erstatning for kjøp av musikkprodukter. En slik hypotese ser nedlasting som ”piratvirksomhet” som primært er økonomisk motivert. Imidlertid kan man også tenke seg en omvendt sammenheng, nemlig at nedlasting av musikk kan ha sammenheng med høy disponibel inntekt. Det er ikke nødvendigvis slik at de unge oppfatter musikknedlasting som gratis; selv om nedlastet innhold ikke er forbundet med direkte kostnader, forutsetter musikknedlasting og bruk av digitale musikkfiler tilgang på både bredbånd, datautstyr, programvare og i noen grad dedikert avspillingsutstyr for musikkfiler slik som Apples Ipod, og dette kan være svært kostbare produkter.

Kjønn er en faktor som kartleggende forskning har vist at er av betydning for hvorvidt en laster ned musikk eller ikke, og gjennomgående viser undersøkelser fra andre land at det er det flere menn enn kvinner som laster ned musikk fra Internett (Madden og Lenhart 2003, Rainie et. al. 2004a, Hellmer 2003). Gutter og jenter tilnærmer seg teknologi forskjellig, og tendensen er at guttene orienterer seg mot tekniske aspekter, mens jentene orienterer seg mer mot nytte og innhold (Lie 2002:163). Mange av fildelingsapplikasjonene har imidlertid beveget seg mot et mindre teknisk orientert grensesnitt (Marksten 2005), og tatt i betraktning at verken lytting til musikk eller Internettbruk er spesielt kjønnsbetingede aktiviteter, er det interessant å undersøke fildelingsfenomenet med et særlig blikk på forskjeller og likheter mellom gutter og jenters tilnærming til teknologien.

Studieretning og *interesser* undersøkes i denne avhandlingen opp i mot deling av musikk. Studieretning er en interessant faktor med tanke på hvorvidt de unges faglige interesser har innvirkning på hvordan Internett brukes i anskaffelse av musikk. Man kan tenke seg at de som har valgt studieretning for musikk, eller er spesielt musikk- eller datainteresserte forholder seg til musikk på Internett på en annen måte enn de øvrige respondentene. Interesser, og i særlig grad musikkinteresse, er også et innfallspunkt for å belyse de to hypotesene som angår bruken av musikkfiler. To mulige forhold mellom musikkinteresse og bruk av fildelingsnettverk kan tenkes å eksistere. Begrepet *disruptiv teknologi*, som diskuteres i detalj senere, brukes ofte for å betegne fildelingsteknologi, og karakteristisk for slik teknologi er at den gradvis overtar etablerte markeder ”nedenfra” ved å appellere til de konsumentene som i minst grad er en del av det opprinnelige markedet, altså de som ikke har kjøpt musikk i noen særlig grad. Med utgangspunkt i en slik teori, forutsatt at det i utgangspunktet har eksistert et forhold mellom musikkinteresse og kjøp av musikk, bør man kunne forvente at en del ivrige brukere av fildelingsnettverk ikke er musikkinteresserte i samme grad som de ivrige ”platekjøperne”. Samtidig kan man tenke seg en

motsatt sammenheng, at bruk av fildelingsnettverk i større grad brukes av musikkinteresserte enn av mindre musikkinteresserte. En slik hypotese kan ha flere årsaker, og er i stor grad kompatibel med hypotesen om at nedlasting av musikk kan anvendes på forskjellige måter. Man kan for eksempel tenke seg at ungdom med stor musikkinteresse kan ha mer avanserte behov, for eksempel spesielle sjangermessige preferanser som i mindre grad kan tilfredsstilles av de norske kjedemusikkforretningene. Det kan også være årsaker som er knyttet til at musikkfilformatets fordeler i forhold til de tradisjonelle formatene kan ha appell til de musikkinteresserte; spørsmål om tilgjengelighet, spørsmål om mobilitet og spørsmål om å ha muligheten til lett å få tilgang på ny musikk man ellers vanskelig ville ha muligheten til å høre.

Med henblikk på musikkindustriens videre utvikling gjør avhandlingen også en kartlegging av *holdninger*, både til musikkindustri, til nedlasting og ikke minst til betalingsbasert lovlig nedlasting, som på det tidspunktet spørreundersøkelsen ble gjennomført fremdeles var et dårlig utbygget tilbud i en norsk sammenheng. Særlig to holdningshypoteser undersøkes, og begge har sitt grunnlag i teori om potensielle strukturelle endringer som kan være årsaker til fildelingsnettverkens voldsomme popularitet. For det første vil jeg undersøke en hypotese om at det finnes vilje til å bruke lovlige tjenester for å laste ned musikk, forutsatt eksistensen av lovlige tjenester som kan tilnærme seg den funksjonaliteten og den fleksibiliteten de uautoriserte nettverkssystemene har. Bekrefting av en slik hypotese vil være en indikasjon på at de som bruker fildelingsnettverk ikke nødvendigvis er motivert av økonomi, men at bruken kan være relatert til faktorer som for eksempel formatets og teknologiens fordeler overfor de tradisjonelle distribusjonsformene. I et slikt lys kan det synes som om musikkindustriens manglende vilje til å satse på digital musikkdistribusjon (Alderman 2002) kan være en årsak som har bidratt til fildelingsnettverkens popularitet. For det andre vil jeg undersøke en hypotese om holdninger til *format*. I en artikkel argumenter Dag Grønnestad for at distribusjonsformater som *CD-albumet* er utviklet av andre årsaker enn av hensyn til innhold (Grønnestad 1999). Mens fokus på enkeltlåter karakteriserer mediehverdagen gjennom musikkfjernsyn og radio, har det tradisjonelle distribusjonsformatet vokst til å omfatte et enda større antall låter som ikke nødvendigvis har noen indre sammenheng. Fildelingsnettverkene er derimot i stor grad basert på enkeltlåter. En hypotese er at fildelingsnettverkene foretrekkes fordi de unges preferanser er mer i tråd med dagens medierte musikkultur og at enkeltlåtsentrerte fildelingsnettverk passer de unges formatpreferanser bedre enn industriens formater.

1.3 ”MARKED” OG ”BRUKER” - TILNÆRMINGER I FORSKNINGEN

Fenomenet fildeling er av relativt ny karakter. Til tross for at fildeling bygger på teknologi som strekker seg tilbake noen tiår, er fikk denne teknologien en helt annen betydning fra da *Napster* var online sommeren i 1999. Fildeling er også et fenomen som endres svært raskt, i perioden fra *Napster* ble lansert og frem til dag har fildeling både vokst i omfang og blitt betydelig mer teknologisk sofistikert (Marksten 2005). På grunn av fenomenets relative nyhet er følgelig dette feltet innen akademia svært nytt. Likevel er det skrevet forbløffende mye om fildeling, og i dette kapittelet vil jeg kort forsøke å summere opp noen tendenser i den aktuelle forskningen på feltet.

De akademiske arbeidene som er gjort i forbindelse med deling av musikkfiler på Internett er i stor grad studier basert på data fra to forskjellige nivåer. Mange undersøkelser forsøker å belyse fildeling på et individnivå med surveyundersøkelser og kvantitative innsatser som tar for seg brukere av fildelingssystemer. Samtidig undersøker en del av studiene effekten av fildeling med utgangspunkt i strukturdata, hovedsakelig ved økonometriske studier som analyserer markedet for musikkdistribusjoner og andre tilstøtende markeder. Resultatene av disse tilnærmingene peker imidlertid ikke i bestemte retninger, da samtlige posisjoner er representert med studier både på strukturelt nivå og på individnivå til tross for at flere har de samme utgangspunktene og tilnærmingene til materialet.

Et større antall kommersielle surveyundersøkelser gir ganske klare indikasjoner på at en del av musikklytterne har sluttet å kjøpe musikk eller kjøper mindre musikk etter at de fikk muligheten til å laste ned musikkfiler fra Internett, men en stor og viktig del av materialet som støtter opp under denne hypotesen er av økonometrisk og strukturanalytisk art, slik som Liebowitz (2003, 2004), Norbert (2004) og Zenthner (2003) sine studier. Liebowitz' innsats, som nok er den mest innflytelsesrike av disse studiene, tar for seg markedet for musikkdistribusjoner og ser etter faktorer som kan ha påvirket dette markedet i negativ art. Liebowitz konkluderer med at fildeling høyst sannsynlig har forårsaket mye av nedgangen musikkindustrien opplever, da det er få eller ingen indikasjoner på at andre faktorer kan ha innvirket.

På samme ”nivå” hva tilnærming angår, finnes det imidlertid flere studier som kommer til andre konklusjoner. Peitz og Waelbrock (2004a, 2004b, 2004c) viser i flere artikler at potensiell skadevirkning kan ha funnet sted, men at nettoeffekten av fildeling ikke nødvendigvis kommer til å være negativ, og den ofte siterte studien til Oberholzer og Strumpf (2004) viser som nevnt at skadevirkningene av fildeling i realiteten er lik null.

At fildeling har hatt og har konsekvenser for musikkindustrien bekreftes også av studier som i likhet med mange av de kommersielle surveyundersøkelsene anlegger et brukerorientert perspektiv, og særlig to studier er verd å merke seg. Peitz og Waelbroeck bruker multinasjonale nedlastingsdata mot salgstall fra 2000 og 2001 sammen med surveydata samlet i USA, og konkluderer med at 10 % nedgang til 2001 kan forklares av nedlasting, og at omkring en fjerdedel av den 8 prosent store nedgangen fra 2001 til 2002 kan forklares av nedlasting (Peitz og Waelbroeck 2004a, 2004b). Rob og Waldfogels analyse av data samlet blant amerikanske collestudenter indikerer dessuten at nedlastere kjøper mindre musikk i en slik grad at hver nedlasting reduserer antallet solgte enheter med 0,2 (Rob og Waldfogel 2004). Begge disse studiene formidler imidlertid noe mer nyanserte syn på fildeling enn hva innsatsene som baseres på strukturdata gjør, blant annet diskuteres også visse positive effekter av fildeling, men begge studiene er likevel tydelige på at fildeling *har* økonomiske konsekvenser for musikkindustrien.

På et slikt nivå er det imidlertid rikelig med studier som viser andre tendenser, og mange av disse studiene forholder seg også til strukturdata. Mange av disse studiene hevder at alternativ praksis er av en slik karakter og eksisterer i en slik grad at skadevirkningene neppe skal overdrives, enkelte seg også for seg at effekten av fildeling potensielt kan være positiv for musikkindustrien.

To ting er påfallende ved gjennomsyn av denne typen forskningsmateriale; for det første at det er så stor spredning i forskningsresultatene, til tross for relativt unisone valg av tilnærming til forståelse av fildeling. En annen ting som er påfallende er at det er stor mangel på denne typen innsatser i en norsk sammenheng. De undersøkelsene som er gjort i Norge som relateres til denne typen problemstillinger, er i hovedsak eksploratoriske, (med noen unntak) relativt lite dyptgående og i liten grad offentlig tilgjengelige, og det er i høyden snakk om en tre-fire undersøkelser totalt sett. I en norsk sammenheng er det med andre ord relativt lite som er kjent om fildelingsfenomenet, verken i forhold til anvendelse eller i forhold til eventuell effekt overfor musikkindustrien. Imidlertid er variasjonene i forskningsresultatene en klar indikasjon på at det er behov for å forstå dette fenomenet på nasjonalt nivå. De store forskjellene i posisjon og funn innenfor studier med tilsynelatende like metodiske tilnærminger kan antyde at nasjonale forskjeller kan ha en viss betydning for hva slags resultater man kommer fram til. Et eksempel på dette vises i studiene til Bounie et. al. (2005) og Rob og Waldfogel (2004). Disse studiene benytter seg av et temmelig likt metodemessig utgangspunkt på henholdsvis amerikansk og fransk ungdom, og kommer til vidt forskjellige konklusjoner.

Kapittel 2: **TEKNOLOGI, SAMFUNN, MARKED**

Fenomenet fildeling og konflikten omkring dette fenomenet er en konflikt med utgangspunkt i to forhold; forholdet mellom *teknologi og samfunn* og forholdet mellom *teknologi og marked*. På den ene siden handler denne oppgaven om fildeling om hvordan fildeling tas i mot samfunnet, om hvordan denne nye teknologiformen forstås og anvendes. På den andre siden handler oppgaven også om hvordan fildeling og forstås i forhold til en spesifikk del av samfunnet, nemlig markedet; om hvordan og hvorvidt fildeling påvirker markedssituasjonen for musikkindustrien.

I dette kapittelet vil jeg først se på to forskjellige oppfatninger om hvordan teknologi og medieteknologi påvirker samfunnet. Deretter vil jeg se på fildeling i forhold til begrepet *disruptiv teknologi*, som representerer en forståelse av fildelingsteknologiens effekt på markedet ved påvirkning av musikkindustrien. I forbindelse med forholdet mellom teknologi og marked vil jeg se på hvordan fildelings forhold til markedet forstås gjennom de to ulike teknologisynene, før jeg tilslutt ser på teori om hvordan fildeling kan forstås som et fenomen hvor det eksisterer flere forskjellige former for praksis.

2.1 TEKNOLOGI OG SAMFUNN

2.1.1 Teknologisk determinisme

Flere viktige innsikter i forhold til hvorledes medieteknologi påvirker samfunnet har utgangspunkt i Marshall McLuhans innsikter fra blant annet ”Understanding Media: the Extensions of man”. McLuhan forstår teknologi som menneskelige ”forlengelser”; hjulet fungerer som en forlengelse av menneskets fot, men er en forbedring da hjulet mer effektivt og raskere utfyller fotens funksjon. På samme måte er medieteknologien ”ekstensjoner” av menneskelige sanser, mediene forlenger menneskets sanser slik at man for eksempel kan se, høre eller kommunisere med andre mennesker over store avstander. I likhet med det teknologisynet som er presentert så langt, har teknologi hos McLuhan *alltid utgangspunktet i mennesket*.

McLuhan hører til en tradisjon som ofte kalles *teknologisk determinisme* eller *mediedeterminisme*. Denne ”skolen” er teknologisentrert, og hos McLuhan og andre teknologideterminister som blant annet Harold Innis, anses teknologien for å være den viktigste drivkraften bak sosiale endringer i samfunnet. Både hos Innis og McLuhan står medieteknologien i sentrum for endringer i samfunnet, og begge disse forfatterne opererer med nærmest paradigmatisk samfunnsendringer

historisk sett ettersom hvilke medieformer som har vært dominerende. De teknologiske deterministenes syn på teknologi og teknologisk påvirkning på samfunnet er nærmest å anse som reduksjonistisk, og disse fremstillingene er i praksis å forstå som monokausale påvirkningsmodeller. Medieteknologien fører til endringer i menneskelig tenkemåte og i menneskers måte å forholde seg til omverdenen på (McLuhan 1994), og således fører mediene til endringer i samfunnet. Ved at endringer forårsakes *av teknologien* og ikke av endringer i samfunnet i forkant av teknologiens introduksjon, ses teknologien som en autonom kraft heller enn et verktøy *utformet* for å tjene menneskelige behov og ønsker.

Raymond Williams diskuterer i boka “television – technology and cultural form” forholdet mellom teknologi og samfunn. Williams argumenterer for at det grovt sett er to distinkt forskjellige holdninger i forhold til teknologi og dens effekt på samfunnet, *teknologisk determinisme* samt en mindre deterministisk holdning, som han selv kan synes å innta. Karakteristisk for teknologisk determinisme er at selve teknologien oppfattes som *årsak*. Teknologien blir til som et produkt av (i noen grad) tilfeldige hendelser og en intern utvikling mot en teknologiform, og således er også effekten av teknologien på samfunnet tilfeldig. I den andre oppfatningen kan teknologien like godt være et produkt av tilfeldigheter, men teknologiens betydning oppstår i anvendelsen av den. Anvendelsen av teknologien bestemmes ikke av teknologien i seg selv, men av forhold som eksisterer i samfunnet. (1990:12). Williams oppsummerer på sett og vis forskjellen mellom de to teknologioppfatningene med å vise hva slags konsekvenser fraværet av en teknologi som fjernsynet ville ha for samfunnet sett med de to forskjellige oppfatningene. Mens det i det deterministiske synet ville vært slik at visse sosiale og kulturelle hendelser ikke ville ha hendt, vil det med Williams sitt teknologisynt vært slik at ”... we would still be manipulated or mindlessly entertained, but in some other way and perhaps less powerfully” (Williams 1990:12).

Williams kritiserer McLuhans teknologisynt på flere nivåer, for det første rettes kritikk mot at McLuhans mediesynt til tross for at teorien i stor grad behandler ”samfunn” i praksis, ignorerer de sosiale aspektene ved mediene (1990:127-128). Publikum eller brukerne av mediene er nærmest å oppfatte som passive og atomiserte respondenter. Videre kritiseres McLuhans teori for å ignorere *praksis* (1990:127), og her er også avstanden til oppfatningen av teknologi som sosialt konstruerte fenomener stor. Forskjellen i oppfatning av teknologiens premisser er et vesentlig punkt i en implisitt kritikk Williams fører mot den teknologiske determinismen. Med en gjennomgang av fjernsynets sosiale historie viser Williams at verken teknologien eller effekten av teknologien har

oppstått uavhengig av samfunnet, men snarere at teknologien er en effekt av endringer i samfunnet:

In no way this is a history of communications systems creating a new society or new social conditions. The decisive and earlier transformations of industrial production, and its new social forms [...] created new needs but also new possibilities, and the communications systems, down to television, were their intrinsic outcome. (Williams 1990:19)

2.1.2 *Teknologi som et sosialt konstruert fenomen*

Åsmund Weltzien skisserer i en artikkel hvor P2P-fildeling søkes satt inn i en samfunnsvitenskapelig kontekst, flere premisser som er sentrale for en samfunnsvitenskapelig diskusjon av P2P-fenomenet, hvorav to har betydning for en samfunnsmessig kontekstualisering av medieteknologiske fenomener;

- 1) Teknologi er en menneskelig ekstensjon
- 2) IKT er et sosialt fenomen (Weltzien 2001:4-5)

Med første premiss tar Weltzien utgangspunkt i innsikter fra medieteori fra Marshall McLuhan, noe formuleringen mer enn antyder. Teknologi forstås først og fremst som kunnskap og verktøy og ”en ekstensjon av noe menneskelig idet den svarer på menneskelige behov, ønsker, og funksjonsmåter” (Weltzien 2001:5) slik at teknologi ikke kan forstås løst fra mennesket. Det andre premisset tar utgangspunkt i denne teknologiforståelsen, og premisset baseres på at denne typen medieteknologi Weltzien kaller for ”IKT” er en form for teknologi som har som formål er å fasilitere kommunikasjon. Da kommunikasjon både forutsetter og er en forutsetning for sosiale nettverk, grupper og samfunn, må medieteknologi forstås som et fenomen som ” både oppstår og eksisterer i sosiale og kulturelle kontekster” (Weltzien 2001:5). Weltziens premisser for samfunnsmessig kontekstualisering av medieteknologiske fenomener representerer et teknologisyn hvor mennesket står i sentrum for teknologien, hvor teknologi konstrueres, det vil si blir til i og formes av sosiale prosesser. Dette innebærer at teknologi oppstår i en samfunnsmessig kontekst, som i sammenheng med menneskelige behov, ønsker og funksjonsmåter, men disse formuleringene innebærer også at teknologien *formes* av sosiale prosesser også etter at den har ”blitt til”. På denne måten skiller Weltziens teknologisyn seg fra McLuhans; teknologi er ikke bare en viktig påvirkningsfaktor på samfunnet, men teknologi har også sitt utspring i samfunnet. De sosiale prosessene som bidrar til å konstruere teknologiformer kan være komplekse, men ett element ved disse prosessene er særlig viktig i denne oppgavens sammenheng. Den sosiale konstruksjonen av teknologi innebærer teknologi gjennom måten den anvendes på, og på denne måten defineres teknologi også av menneskene som bruker den.

I forhold til forståelsen av konflikten som omgir teknologi som muliggjør deling av musikkfiler på Internett er det prosessuelle aspektet ved denne definisjonen av teknologi sentralt. Da teknologi defineres gjennom måten den settes i anvendelse på, er ikke nødvendigvis teknologiformene endelige i det øyeblikket de er anvendbare og offentlig tilgjengelige, men snarere preget av en viss fleksibilitet:

Utviklingen av teknologi, og parallelt med dette, samfunnets adopsjon av teknologi, er gjenstand for innfløkte prosesser som bl.a. karakteriseres ved at inntil teknologien er «stabilisert» finnes det en såkalt tolkningsfleksibilitet (dvs. ulike alternativer for utforming, forståelse og bruk av teknologien) som i sin natur er en sosial prosess og gjenstand for bl.a. verdivalg, interessekonflikter, samt praktiske og økonomiske vurderinger (Hannemyr 2002:61).

Dette betyr at sosial konstruksjon av teknologi innebærer at det på tidlige stadier er rom for flere forskjellige tolkninger av teknologien, noe som i enkelte tilfeller kan føre til at det eksisterer forskjellige former for praksis. Tolkningsfleksibilitet er imidlertid en egenskap av bare midlertidig karakter, for som det impliseres i Hannemyrs sitat, vil teknologien før eller siden ”stabiliseres”. Wiebe E. Bijker kaller dette punktet i prosessen for ”closure and stabilization”:

”Closure leads to a decrease of interpretative flexibility – to one artifact becoming dominant and others ceasing to exist. As a part of the same movement, the dominant artifact will develop an increasing degree of stabilization within [...] relevant social groups” (Bijker 1995:87)

Andre grupper og instanser i samfunnet spiller også en rolle i den sosiale prosessen hvor teknologien defineres, og ikke minst er ”markedets” interesser viktige faktorer i denne prosessen. Lawrence Lessig bruker i sin bok *The future of ideas – the fate of commons in a connected world* (2002) terminologien “det gamle” versus “det nye” (Lessig 2002:6). I Lessigs fremstilling representerer Internettrevolusjonen kjernen i ”det nye”, en kulturell revolusjon som inneholder den kraftigste kimen til innovasjon i moderne tid (Lessig 2002:5), mens aktørene innenfor det ”gamle”, det etablerte apparatet rundt dagens kulturelle og teknologiske felt forsøker å opprettholde sin posisjon ved å undertrykke ”det nye” gjennom å endre miljøet som var konstruert for å muliggjøre det nye til et miljø som beskytter ”det gamle”:

[...] The environment of the Internet is now changing. Features of the architecture [...] that originally created this environment of free creativity are now being changed. They are being changed in ways that will reintroduce the very barriers that the Internet originally removed. These barriers [...] will enable these existing and powerful interests to protect themselves from the competitive threat the Internet represents. The old, in other words is bending the Net to protect itself against the new (Lessig 2002:16)

Aktørene i de kulturelle og teknologiske felt er gjennom sine uttalelser og tiltak i forhold til ny Internetteknologi som fildelingsnettverk i høyeste grad en del av en prosess hvor den nye

teknologien defineres. Denne definisjonsprosessen har karakter av å være en maktkamp, med brukerne av teknologi på den ene siden, og innholdsindustrien på den andre siden, med myndighetene som en slags tredje part gjennom sin legislative rolle. Med denne typen ny teknologi, hvor en industri eller et ”marked” potensielt trues, defineres teknologien gjennom sosiale prosesser på to plan; for det første defineres teknologien gjennom hvordan den anvendes, og for det andre defineres teknologien gjennom en maktkamp mellom forskjellige aktører i samfunnet.

2.2 TEKNOLOGI OG MARKED

Kontroversen som omgir fenomenet fildeling er en konflikt som handler om forholdet mellom samfunn og en ny form for teknologi, om hvordan en ny form for *disruptiv*² teknologi som potensielt kan endre eksisterende praksiser eller strukturer mottas i samfunnet. I debatten som omgir fenomenet fildeling, har imidlertid er det imidlertid i første rekke teknologiens effekt på *markedet* som er gjenstand for debatt.

Clayton Christensen deler inn ny teknologi eller innovasjon i to typer; *oppretholdende* og *disruptiv* innovasjon (Christensen 2003). Oppretholdende innovasjon er basert på forbedringer av eksisterende teknologi, som for eksempel inklusjon av multimedia i musikk-CD-er slik man så på midten av 90-tallet, og Christensens argument er at den oppretholdte innovasjonen på ett punkt blir så kompleks at utviklingen går forbi mange av brukernes interesser. På dette punktet er disruptiv innovasjon mulig; disruptiv innovasjon henvender seg først og fremst til grupper som er blant de minst krevende i det eksisterende markedet eller som står helt på utsiden av dette markedet ved å tilby noe som er enklere, billigere eller begge deler. På ett punkt begynner den disruptive innovasjonen å konkurrere i det opprinnelige markedet hvor den i løpet av en periode faser ut den opprinnelige innovasjonsformen. Mange disruptive innovasjoner har ført til nærmest paradigmatisk skift i praksis innenfor en del felt, men det er viktig å framheve to ting ved Christensens teori; for det første er ikke all disruptiv innovasjon laverestående eller av dårligere ytelse enn den innovasjonen den truer med utfasning. For det andre ender ikke alltid disruptiv innovasjon med å overta markedet innovasjonen blandes inn i, også disruptiv teknologi kan ende med å bli faset ut av forskjellige grunner.

Teknologien som muliggjør deling av musikkfiler på Internett kan absolutt representere en disruptiv teknologiform, og denne teknologien kan forstås som disruptiv teknologi i Christensens

² Ordet *disruptiv* er en fornorsking av det opprinnelige engelske ordet *disruptive*. Begrep som ”forstyrrende” eller ”detronisierende” (Andersen 2005:15) har vært brukt for å oversette dette begrepet til norsk på en fornuftig måte, men jeg velger å forholde meg til den enkle fornorskingen da det ser ut til at dette er den oversettelsen som er hyppigst brukt.

egentlige forstand, altså ”nedenfra og opp”. Musikkfiler er i høyeste grad enklere enn de tradisjonelle distribusjonsformatene; fildeling er som regel nedlasting av enkeltlåter³ kodet i et kompresjonsformat som i varierende grad reduserer lyd kvaliteten for lett overførbarhet, og den leveres ikke i en pakke med 10-20 andre låter eller med omslag, tekster, fotografier og annet ekstra innhold, og dessuten er den definitivt billigere. Samtidig er lydfilen på andre måter en utbedring av tilsynelatende uoverkommelige svakheter ved produktet den truer med utfasning; både tilgjengelighet og portabilitet er egenskaper som formodentlig appellerer til andre enn lavinteressesjiktet og de som står utenfor det opprinnelige musikkmarkedet. Imidlertid er det diskutabelt hvorvidt spørsmålet i dette tilfellet går på hvilken teknologi som til syvende og sist fases ut, heller står striden mellom hvorvidt de disruptive elementene ved den nye teknologien vil fortsette å karakterisere teknologien eller ikke, altså en strid mellom de nye systemene og den etablerte orden.

Musikkindustrien og interesseorganisasjonene oppfatter som sitatene i oppgavens innledning eksemplifiserer fildeling som en disruptiv teknologiform som truer industriens tradisjonelle produkter med utfasning. Måten musikkindustrien har reagert på, og ikke minst retorikken i enkelte av interesseorganisasjonenes uttalelser fra representanter som blant andre Cary Sherman, indikerer at musikkindustriens syn på fildelingsteknologi er preget av teknologisk determinisme. Musikkindustriens holdning overfor fildelingsteknologi har vært at denne teknologien har vært den viktigste drivkraften bak de endringene industrien har opplevd fra slutten av 1990-tallet og frem til 2004. Industriens interesseorganisasjoners retorikk har vært preget en forståelse av at fildeling er ”pirateri”, og det kan virke som om den regjerende oppfatningen er at ”pirateri” er en naturlig konsekvens av selve teknologien heller enn en måte å anvende teknologien på. Med en slik oppfatning er det ikke rom for at uautorisert kopifremstilling som en erstatning for kjøp av musikk bare kan være en av flere mulige anvendelsesområder for denne teknologien. I tråd med et teknologideterministisk syn, oppfatter musikkindustrien fildelingsteknologi som årsaken til at musikkindustriens nedgangstider. Måten industrien har agert på, bærer preg av en oppfatning av at dette er en form for endringer som ikke ville ha funnet sted om det ikke var for denne teknologien, og industriens satsninger for å tøyse denne disruptive teknologiformen har i stor grad båret preg av denne monokausale årsaksforklaringen. Ser man på fildelingsfenomenet og konsekvensene for industrien med en annerledes oppfatning av teknologi, kan man derimot argumentere for at årsaksforholdene kan være mer kompliserte, både fordi fildelingsteknologien

³ Det må bemerkes at musikk distribueres i større enheter i enkelte fildelingssystemer, fildelingsprinsipper som for eksempel *Torrents* er utformet slik at musikk overføres som hele album og i noen tilfeller i enda større enheter, som all musikk en artist har gitt ut i løpet av et tiår eller en hel karriere.

kan oppfattes som oppstått i en sosial og kulturell kontekst, og fordi markedssituasjonen for musikkindustrien også potensielt kan påvirkes av andre faktorer enn fildeling.

2.2.1 *Endringer i strukturelle betingelser*

Wenche Nag hevder at ”fildelingstjenestene er basert på endringer i mediabransjens strukturelle betingelser” (Nag 2005:194), og dette er en påstand som er helt i tråd med den typen teknologiforståelse som det argumenteres for av blant andre Raymond Williams. I følge denne oppfatningen er det ikke slik at endringene som forekommer i kjølvannet av en ny teknologiform slik som nettverkssystemene for fildeling er en konsekvens av selve teknologien, men at endringene forårsakes av de sosiale og samfunnsmessige premisser som teknologien har blitt til på grunnlag av. Hva som er de bakenforliggende årsakene til denne teknologiformen er imidlertid ikke helt klart. Imidlertid kan noen innsatser bidra til å belyse noen potensielle årsaker som representerer endringer som er en del av fildelingstjenestenes grunnlag.

En slik årsak kan være musikkulturens økende tendens til å presentere musikk i enkeltlåter. Dag Grønnestad argumenterer i en artikkel at musikkformatenes utvikling i stor grad har vært styrt av markedslogiske hensyn heller enn innholdsmessige (Grønnestad 1999); de musikkformatene som musikkindustrien opererer med i dag er et resultat av en ”bundling”-strategi som går på å minimere risiko for økonomisk tap ved å samle musikk i større salgsenheter. Imidlertid blir det stor distanse mellom hvordan musikk presenteres i musikkfjernsyn og radio og hvordan den tilbys i salg. Diskrepansen mellom enkeltlåtorienteringen i mediene og albumformatet på grovt sett mellom ti og tjuefem låter kan være en faktor som bidrar til at fildeling i så stor grad er interessant for unge. Fildelingssystemene er i stor grad orientert mot overføring av enkeltlåter⁴, og er dermed en distribusjonsmetode som er bedre tilpasset dagens musikkultur.

En annen endring i samfunnet som kan ha bidratt til å gi nettverkssystemene for musikkdistribusjon den posisjonen de har, kan være relatert til industriens måte å forholde seg til Internett på, eller snarere måten industrien til å begynne med valgte å *ikke* forholde seg til Internett på. Musikkindustrien har i følge Alderman (2002) tidligere vist svært liten vilje til å satse på Internett, og mens andre kreative industrier gradvis utviklet løsninger for å forlenge sitt virke inn i den digitale sfære, hadde tydeligvis musikkindustrien klokketro på at deres fysiske distribusjonsformer ville fortsette som før. De eneste Internettbaserte distribusjonssystemene

⁴ Riktignok finnes det enkelte fildelingssystemer som er laget for å overføre musikk i større enheter, være seg album eller i filpakker som inneholder artisters hele ”livsverk” eller i andre former for samleenheter (Marksten 2005).

musikkindustrien kunne skilte med frem til en god stund etter *Napster* i 1999 var Webforretninger som utelukkende forhandlet de samme fysiske distribusjonene som konvensjonelle forretninger, og denne typen løsninger tilbyr på ingen måte den samme fleksibiliteten som en digital distribusjonsløsning. Selv ikke etter introduksjonen av *Napster* ble det digitale distribusjonsfenomenet tatt særlig seriøst, og det tok enda flere år før det første forretningsløsningene for kjøp av digitale musikkfiler kom. Selv disse løsningene har imidlertid hatt store utfordringer med å være på nivå med de 'gratis' fildelingsnettverkene, og selv på det tidspunktet spørreundersøkelsen ble gjennomført, altså på slutten av 2004 og i begynnelsen av 2005, fremdeles et svært dårlig utbygget tilbud i en norsk sammenheng. Hannemyr skrev i 2003 følgende om situasjonen i Norge:

På samme måte som spritsmugling var langt, langt større butikk i forbudstida enn i våre dager, så henger populariteten til piratkopier og fildelingsnett tett sammen med det triste faktum at et lovlig tilbud ikke eksisterer. Jeg er overbevist om at de rettighetshavere som legger ut katalogen sin på nettet form av nedlastbare betal-MP3er på sikt vil tjene like mye eller mer på denne kanalen som fra salget av fysiske eksemplarer (Hannemyr 2003).

2.2.2 *Fildeling, industri og marked*

Teorien om disruptive teknologiformer har i stor grad sin kjerne i *markeder* og markedstenkning, i Christensens forståelse av disruptive teknologiformer er et viktig trekk ved denne typen teknologi at den gjennom økende appell til de mindre krevende kundene gradvis avskjærer et etablert marked med alternative produkter, tjenester eller tilbud. På denne måten forårsaker teknologien redusert appell og i enkelte tilfeller kollaps av det opprinnelige markedet, altså fortrenger disruptiv teknologi eksisterende produkter. En slik oppfatning av disruptiv teknologi har i høyeste grad karakterisert forståelsen av fildeling blant industrien og industriens rettighetsorganisasjoner, og i det øyeblikket fildeling og fildelingsteknologi ble anerkjent som en potensielt disruptiv teknologiform førte dette til at negative endringer i markedet ble forstått som en effekt av denne teknologien. Som sitatene i innledningen av avhandlingen viser, har enkelte av industriens representanter antydnet at denne effekten er svært voldsom, og nærmest i et kausalt årsak-virkning-forhold. Imidlertid er økonomiske markeder slik som markedet for musikkdistribusjoner nokså kompliserte mekanismer, hvor mange faktorer kan ha innvirkning. Konjunkturer og svingninger er i aller høyeste grad en del av realiteten for aktører i frie markeder, og enkelte slike endringer er å karakterisere som "naturlige". I Stan Liebowitz analyse av markedet for musikkdistribusjoner i artikkelen "*Will MP3 downloads Annihilate the Record Industry? The Evidence so Far*" skisseres et teoretisk grunnlag for analyse av konjunktur og svingning i dette markedet, formulert som et antall viktige potensielle påvirkningsfaktorer:

- endringer i forbrukernes inntekt
- endringer i musikalsk 'kvalitet' og 'smak'
- endringer i lytterdemografiske grupper
- endringer av forespørsel på grunn av endringer av medie(teknologisk) portabilitet
- endringer i prisen på substitutt- og komplementprodukter (DVD, TV, TV-spill etc.)
- endringer i distribusjonskanaler (Liebowitz 2003:5-6)

Dermed er det slik at en analyse av markedet for musikkdistribusjoner med et teoretisk utgangspunkt i at et antall viktige faktorer uavhengige av fildeling kan bidra til å påvirke markedet for musikkdistribusjoner ikke bare er å betrakte som en deskriptiv analyse av musikkfildelingens kontekst. En slik analyse vil kunne sannsynliggjøre eller stille i tvil teorien om at fildeling har i seg disruptive elementer som har effekt på salget av produkter i det tradisjonelle markedet. Gjennom en analyse av slike strukturdata fra musikkmarkedet og de nærliggende markeder som kan forventes å bidra til svingninger, sammen med en analyse av data om bruk av slik fildelingsteknologi og av musikkdistribusjoner vil denne avhandlingen ha et relativt bredt utgangspunkt for å kunne diskutere hvorvidt fildeling av musikk er en praksis med disruptive elementer overfor det tradisjonelle musikkmarkedet. Med denne tilnærmingen vil oppgaven kunne undersøke hvorvidt teknologien er av en slik karakter at den i realiteten har liten eller ingen innvirkning på det tradisjonelle markedet, eller om industriens og rettighetsorganisasjonenes håndtering av de disruptive elementene ved denne teknologien har foregått på en måte og på et tidlig nok tidspunkt til at overgangen til teknologien primært foregår på premisser som sikrer industriens videre eksistens.

2.3 FILDELING OG PRAKSIS

Med utgangspunkt i et konstruktivistisk teknologisyn hvor teknologi forstås som både blir til og formes i sosiale kontekster, vil teknologien i et stadium karakterisert av tokens fleksibilitet ha rom for ulike typer *praksis*. Wenche Nag slår i innledningen til artikkelen "fire regimer for innholdsdistribusjon i digitale medier" fast følgende:

Brukerdrevet distribusjon av innholdsprodukter er ofte blitt betegnet som piratkopiering. [...] Men å se denne distribusjonsformen utelukkende som piratkopiering, er å forenkle fenomenet. Fildelingstjenestene er basert på endringer i mediabransjens strukturelle betingelser; brukeren kontrollerer i økende grad ressurser til reproduksjon og distribusjon. Hennes distribusjonsvirksomhet kan fungere både som substitutt og komplement til etablerte former for innholdsdistribusjon. (Nag 2005:194)

Nag argumenterer for at den digitale teknologien som muliggjør distribusjon av musikkfiler på Internett har økt omfanget av roller brukeren spiller i forhold til distribusjon, og at man kan identifisere fire forskjellige regimer for anvendelse av digital distribusjonsteknologi hvor den typen

fildeling P2P-systemer kun representerer ett. Dessuten argumenterer hun for at også P2P-fildeling, altså et nettverksdistribuert regime for fremstilling av digitale kopier har forskjellige typer anvendelse i tillegg til såkalt ”piratkopiering”, altså kopifremstilling som en erstatter for kjøp.

Lawrence Lessig har i sin bok ”Free Culture” en tilsvarende distinksjon mellom ulike praksiser av teknologien for digital innholdsdistribusjon. Lessig forholder seg til fire forskjellige praksiser:

A. There are some who use sharing networks as substitutes for purchasing content. Thus, when a new Madonna CD is released, rather than buying the CD, these users simply take it. We might quibble about whether everyone who takes it would actually have bought it if sharing didn’t make it available for free. Most probably wouldn’t have, but clearly there are some who would. [...].

B. There are some who use sharing networks to sample music before purchasing it. Thus, a friend sends another friend an MP3 of an artist he’s not heard of. The other friend then buys CDs by that artist. This is a kind of targeted advertising, quite likely to succeed. [...]. The net effect of this sharing could increase the quantity of music purchased.

C. There are many who use sharing networks to get access to copyrighted content that is no longer sold [...] Songs that were part of your childhood but have long vanished from the marketplace magically appear again on the network.[...] For content not sold, this is still technically a violation of copyright, though because the copyright owner is not selling the content anymore, the economic harm is zero[...]

D. Finally, there are many who use sharing networks to get access to content that is not copyrighted or that the copyright owner wants to give away. (Lessig 2004:68-69)

Lessigs punkt B, fildeling som *sampling* eller ”søk og kjøp” som Nag kaller denne praksisen (Nag 2005:204-205), er en type bruk som i høyeste grad står i kontrast til musikkindustriens oppfatning av fildelingsfenomenet og dette fenomenets konsekvenser. Det Lessig her kaller for *sampling* kan oversettes som ’prøvetakning’, og det som legges i begrepet i denne sammenhengen er at man laster ned musikk som et substitutt for lyttestasjonen hos musikkforhandleren heller enn som et substitutt for kjøp av musikk. Denne mekanismen forklares av Boorstin som følger:

Music singles were originally the way for consumers to sample recorded music, but file sharing gives cheaper and easier access to new music. Now that consumers have better access to new music, the sampling effect suggests they should buy more music because they will know of more music that satisfies their tastes. “Sampling” can lead consumers to develop a positive opinion both of the sampled work itself, and the artist who produced it (Boorstin 2004:40)

Denne formen for fildeling representerer ikke en trussel for musikkindustrien, men fungerer altså som en markedsføringskanal som stimulerer til kjøp av musikk. Imidlertid kan man argumentere mot en slik praksis at økt tilgang på ny musikk ikke automatisk vil føre til at man kjøper den samme musikken i fysisk distribusjon, for man kan hevde at det er mindre sannsynlig at folk

bruker penger på musikk i fysiske distribusjoner, kjent eller ukjent, så lenge man enklere kan få et tilsvarende produkt gratis på Internett. Imidlertid er det ikke gitt at alle nedlastere oppfatter musikkfiler som et tilsvarende produkt som tradisjonelt distribuert musikk; selv om selve musikken er den samme, er det veldig mye som samtidig er annerledes; den fysiske distribusjonen skal i prinsippet ha hørbart bedre lyd kvalitet enn de fleste lydfiler som tilbys til nedlasting og ikke minst består som regel en musikkutgivelse av mer enn det rent auditive; selve den fysiske distribusjonens utforming er også regnet som en viktig del av en musikkutgivelse⁵ (og i populærmusikkhistorien finnes det tallrike eksempler på for eksempel spesielle omslag, slik som papirdukkene som fulgte med vinylutgaven av Beatles' *Stg. Pepper* eller det holografiske omslaget på CD-utgaven av Prince' *Diamonds and Pearls*). Fysiske musikkdistribusjoner er dessuten for mange svært yndede samleobjekter, noe som ikke minst kan bevitnes av hvordan vinylplater til tross for å være et teknologisk akterutseilt format fremdeles representerer en del av musikkmarkedet selv i land hvor CD-spillere har vært mer eller mindre totalpenetrert i bortimot et tiår. Nettopp statusen som samleobjekt samt selve omslaget er egenskaper som til sammen mer enn 50 % av respondentene i Norstats MP3-undersøkelse oppgir som den beste egenskapen ved tradisjonelle distribusjonsformer (NSD 2005)⁶.

Denne formen for bruk av musikkfiler undersøkes og dokumenteres i en rekke forskningsinnsatser, blant annet i Gopal et.al. (2005) som tilnærmer seg fenomenet dels med analyse av strukturdata og dels med surveyanalyse og hos Blackburn, som har en mer strukturdatabasert tilnærming. Konklusjonen i begge disse innsatsene er at nedlasting potensielt kan ha positiv effekt på salget av musikk, men at effekten av sampling ikke rammer alle artister likt. Musikk som har høy rotasjon i radio og på musikkkanaler blir allerede presentert for størsteparten av sine potensielle målgrupper og vil rimeligvis dra mindre nytte av at nettverkssystemer for fildeling gjør det enklere å få erfaring med denne typen musikk. I Peitz og Waldfogels artikkel "*File Sharing, Sampling and Music Distribution*" gjøres en analyse av et aspekt ved fildeling og samplingeffekten som de kaller for *Matching*-effekt (2004c). Litt enkelt forklart går dette på at sampling ved hjelp av fildelingssystemer kan erstatte noe av dagens markedsføring og promotjon og faktisk forbedre og forenkle måten musikkkonsumenter "matches" med den musikken som passer deres preferanser best(2004:1-2). Enkelte undersøkelser peker i retning av at en stor andel av nedlasterne lytter til ukjent musikk og ukjente artister på grunn av fildeling, en undersøkelse

⁵ Som jeg vil komme tilbake til i et seinere kapittel finnes det statistisk materiale som viser at forskjellige aspekter ved de fysiske distribusjonene er en svært viktig del av det å kjøpe musikk for mange konsumenter.

⁶ Denne tabellen er gjengitt som tabell nr 5.2.2-1 i kapittel 5.

utført av *PEW Internet & American Life Project* viste eksempelvis at 31 % av nedlasterne i et tilfeldig nasjonalt utvalg i USA i år 2000 lastet ned musikk av artister de aldri hadde hørt om før (Lenhart et. al. 2000:2).

En annen alternativ form for praksis er som Lessig fremhever i sitt punkt D, deling av musikk som artist og rettighetshaver har gitt eksplisitt samtykke i at kan lastes ned fra eller deles på Internett. Dette kan i utgangspunktet virke som et relativt marginalt fenomen, men av flere grunner er dette et viktig poeng som bør fremheves. For det første har konflikten som preger feltet for digital musikkdistribusjon ført med seg at enkelte etablerte artister har hatt et ønske om å markere avstand til industriens holdning både overfor teknologien og overfor publikum. En del mer eller mindre kjente artister har valgt å distribuere musikk vederlagsfritt på Internett, og å tillate noe av sin musikk videredistribuert. Uavhengige artister har i større grad enn etablerte artister sett markedsføringspotensialet i de digitale distribusjonssystemene, og alternativ opphavsrett som *Creative Commons* har blitt viet mye oppmerksomhet i de seinere årene. *Creative Commons* er et sett med avtalelisenser for åndsverk som bygger på *Open Source*-bevegelsens ideologi⁷, og verk som tilgjengeliggjøres under en *Creative Commons*-lisens tillates videredistribuert på visse betingelser som defineres i lisensen, for eksempel kreditering eller anvendelse kun til ikke-kommersielle formål⁸. Et annet aspekt ved denne typen distribusjon er at det som Wenche Nag fremhever er slik at den teknologiske utviklingen har betydning for omfanget av brukerskapt innhold. Kanskje særlig utviklingen innenfor datateknologi gjør at den økonomiske og praktiske terskelen for å skape kreative verk som musikk senkes (Nag 2005:206), og med den digitale distribusjonsteknologien er også terskelen for å tilgjengeliggjøre egne verk betydelig lavere både praktisk og økonomisk. Dette vises ikke minst i alle Internettjenestene som muliggjør distribusjon av musikk for artister uten tilknytning til industrien, slik som NRKs *Urørt*, som er en svært populær tjeneste både blant artister og lyttere. Også til andre typer kreative uttrykksformer finnes det tilsvarende tjenester, og også der ser man noe av de samme tendensene, både innenfor foto, blogging og til dels film. Denne typen nedlasting og distribusjon av musikk kan vanskelig forårsake tapte salg annet enn indirekte, og en hypotese om indirekte skadevirkninger kan synes svært søkt og vil ikke behandles i noen vesentlig grad her.

⁷ Et begrep som ofte figurerer i forbindelse med *Creative Commons*-lisensiering er *Copyleft* som er *Open Source*-bevegelsen motsatt til *Copyright*, altså kommer konseptet opprinnelig fra en ideologi i forbindelse med datamaskinprogramvare. Konseptet *Copyleft* går på at relativt frie rettigheter gis brukeren gjennom en avtalelisens slik som GPL (Stallman 2002:90), og *Creative Commons*-lisensieringen er i prinsippet en form for *Copyleft*-lisens.

⁸ For en grundig oversikt over hva *Creative Commons*-lisenser innebærer, finnes det en grundig oversikt på *Creative Commons* sin webside: <http://creativecommons.org/about/licenses/meet-the-licenses>

2.3.1 *Autorisert og uautorisert nedlasting*

I presentasjonen av Lessig og Nags oppfatning av bruk av fildeling som et fenomen som kan knyttes til flere typer praksis, nevnes flere steder *opphavsrett* uten at dette diskuteres noe ytterligere. Generelt er alt åndsverk beskyttet av opphavsrett, som gjør at man ikke fritt kan videredistribuere eller fremstille kopier av åndsverket, være seg analoge eller digitale. I en norsk sammenheng er det imidlertid i prinsippet mulig å skille mellom autorisert og uautorisert kopifremstilling eller nedlasting. For å forklare dette er det nyttig å først ha en kort avklaring av hvilke lover og regler som gjelder for kopiering av musikk og annet åndsverk i Norge.

Opphavsrett til åndsverk, definert som "*litterære, vitenskapelige eller kunstneriske verk av enhver art og uansett uttrykksmåte og uttrykksform*" (Lov 1961-05-12-2) er en lov som i korthet gir skaperen eller forvalteren av et åndsverk en tidsbegrenset enerett til å gjengi, spre og gjøre verket tilgjengelig for allmennheten (Wagle og Ødegaard 1997:33, Torvlund 2004, Lov 1961-05-12-2) og på hvilke premisser og vilkår dette skal foregå. Et vanlig premiss er at det betales kompensasjon for benyttelse av åndsverket og for fremstilling av *eksemplarer*⁹. Økonomisk kompensasjon er dog ikke et krav som er formulert i åndsverksloven, og andre vilkår for bruk og eksemplarfremstilling kan formuleres (Torvlund 2004)¹⁰.

I forhold til eksemplarfremstilling er det imidlertid i den norske åndsverksloven definert noen begrensninger i opphavsmannens rettigheter som er formulert som rettigheter brukeren av åndsverket har (§12). En av disse er retten til å framstille enkeltteksemplarer til privat bruk så lenge eksemplaret kun er til privat avbenyttelse og ikke er fremstilt i ervervsøyemed¹¹. Gjennom denne rettigheten gis det med andre ord rom for at man vederlagsfritt kan kopiere en CD over på en MP3-spillet, ta en sikkerhets kopi eller lage en kopi av et lånt eksemplar forutsatt at dette er til privat bruk. Dette unntaket er svært omdiskutert både fordi teknologien som muliggjør reproduksjon av åndsverk er bedre og vanligere enn da loven ble laget (Torvund 2004), og fordi den kan være i strid med retningslinjene i Bern-traktaten (Steen 1997). Samtidig argumenteres det

⁹ I en åndsverksrettslig sammenheng skilles det mellom det *immaterielle åndsverket* og *eksemplaret*. Begrepet 'eksemplar' viser i en åndsverkssammenheng til fysisk manifestasjon (for eksempel en bok eller en CD) av åndsverket, som i sin natur er immaterielt (Wagle og Ødegaard 1997:37). Om man anlegger et litt pragmatisk "eiendomsrettslig" perspektiv på denne distinksjonen kan man si at mens det immaterielle åndsverket er opphavsmannens eiendom er eies det enkelte eksemplar av han eller hun som har kjøpt det.

¹⁰ Eksempelvis kan som nevnt i Lessigs punkt D kopirettbeskyttet musikk frigis av opphavsmannen, slik at eksemplarfremstilling tillates uten kompensasjon.

¹¹ Riktignok med noen få unntak, eksempelvis gis det ikke anledning til å fremstille private eksemplarer av programvare til datamaskiner.

for opprettholdelsen av regelen blant annet da det kan være strategisk uklokt å innføre forbud som vanskelig kan håndheves (Wagle og Ødegaard 1997:67-68).

På grunn av retten til privat eksemplarfremstilling befinner nedlasting av filer fra Internett seg i en gråsoner eller til og med innenfor åndsverkslovens rammer. Distribusjon av filer, altså deling i store fildelingsnettverk er helt klart forbudt, men frem til nylig var det ikke formulert noe krav om at fremstilling av et eksemplar til privat bruk kun tillates om den som fremstiller kopien vet at materialet er gjort tilgjengelig på et lovlig grunnlag. Dette gjør i prinsippet at nedlasting av musikkfiler fra Internett, vel og merke kun til privat bruk og uten å videredistribuere i prinsippet er innenfor retten til privat eksemplarfremstilling. Det må imidlertid fremheves at det i juni 2005 ble vedtatt et forslag om endringer i åndsverksloven, slik at kopiering til privat bruk kun tillates om man har et såkalt "lovlig kopieringsgrunnlag". Dermed tillates ikke kopiering av opphavrettslig beskyttet materiale dersom materialet er gjort tilgjengelig uten rettighetshavers samtykke (Besl.O.nr.93, 2004-2005), og kopifremstilling "med fremmed hjelp" forbyes også med denne oppdateringen.

Enkelte systemer for deling av musikk er utformet slik at de forutsetter kjennskap til personene man deler filer med i forkant av selve deleaktiviteten. Disse systemene kan selv med den strengere lovgivningen fra 2005 forstås som innenfor grensene av privat eksemplarfremstilling, og dermed kan ikke deling i slike fora oppfattes som direkte "uautorisert". Ut i fra en skadevirkningsorientert tilnærming kan man imidlertid diskutere hvorvidt denne typen distinksjon er relevant, da slik privat eksemplarfremstilling godt kan tenkes å erstatte salg på samme måte som annen nedlasting, men prinsipielt er det vanskeligere å skille denne formen for privat eksemplarfremstilling med tidligere års private eksemplarfremstilling på andre medietyper både i forhold til volum og det totale omfanget på innholdet som deles.

2.3.2 Andre former for privat eksemplarfremstilling

En bemerkning man tidvis støter på i sammenhenger hvor bruken av fildelingssystemer søkes legitimert, er påstanden om at fildeling prinsipielt ikke er annerledes enn annen privat kopifremstilling. De siste 25 årene har flere kopieringsteknologier skapt tilsvarende konflikter som konflikten omkring fildeling, både videoformater som VHS, Betamax og Moviebox, kopimaskinen, det digitale musikkformatet DAT og ikke minst *musikkassetten*, som med sitt potensial til privat reproduksjon av ferdiginnspilte kassetter og LP-er, frembrakte atskillig frykt for musikkindustriens levedyktighet. Erfaringene fra disse sakene er helt klart at disse formene for

kopifremstilling ikke har forårsaket betydelige tap for de industriene hvis innhold har blitt kopiert med disse teknologiene. Det finnes rikelig med akademiske innsatser som tar for seg forholdet mellom denne typen teknologi og marked, men så godt som ingen anvender seg av denne teorien for å forstå fildeling. Heller ikke denne avhandlingen kommer til å gjøre det, og for å forklare årsakene til dette, er det interessant å se på noen karakteristiske trekk ved digital brukerstyrt distribusjonsteknologi som vesentlig skiller denne teknologien fra tidligere kopifremstillingsteknologi.

For det første er den digitale teknologien for kopifremstilling av lyd *ikke-rivaliserende*, det vil si at kopifremstilling ikke innebærer at noen mister tilgang på originalen, at originalen forringes eller at originalens verdi reduseres for eieren. Mange av de gamle kopifremstillingsteknologiene er imidlertid også ikke-rivaliserende. En egenskap som i større grad skiller fildelingsteknologi fra tidligere kopifremstillingsteknologi er at fildelingsteknologien er *digital* heller enn analog, noe som i praksis innebærer at kopien er av samme kvalitet som originalen. Analog kopifremstilling innebærer i praksis alltid et visst kvalitetstap, og fremstilles kopier av kopier, vil kvalitetstapet akkumulere. Dette forekommer ikke med digital teknologi, noe som innebærer at digital kopifremstilling ikke avhenger av tilgang til en original. Imidlertid finnes det flere digitale kopifremstillingsteknologier som ikke har skapt den kontroversen som digital fildelingsteknologi har gjort, både DAT-kassetter, MiniDisc og CD-R for å nevne noen. Den tredje faktoren som er av betydning henger sammen med hvordan fildelingen ikke hindres av geografiske eller spatiale begrensninger, fildeling foregår i motsetning til all annen kopifremstillingsteknologi uavhengig av rom. En kopi fremstilles praktisk talt like raskt og like problemfritt av en fil på andre siden av verden som fra en fil på ens egen datamaskin. Fordi kopifremstilling både i prinsippet kan foregå på et globalt plan, uten umiddelbar tilgang på originaler og helt uten kvalitetstap på noe nivå er fildeling et fenomen som er av en helt annen skala enn ”tradisjonell” kopifremstilling, og som dermed ikke kan forstås på den tradisjonelle kopifremstillingens premisser. På grunn av disse egenskapene representerer digital kopifremstilling ved hjelp av Internett et nytt fenomen som i stor grad må forstås gjennom ny kunnskap.

Kapittel 3:

METODE, DATA OG FORSKNINGSDESIGN

For å tilnærme meg hvordan ungdom forholder seg til Internett-distribuert musikk har jeg valgt å gjennomføre en spørreundersøkelse blant ungdom i videregående skoler i Norge. Hovedårsaken til dette metodevalget er at jeg ønsket å ha et relativt bredt grunnlag for å kunne oppnå en viss grad av generaliserbarhet innenfor rammene av en mastergradsoppgave, og undersøkelsesopplegget er slik at jeg undersøker fildelingsfenomenet på en annen måte enn hovedtyngden av de arbeidene som til nå har vært utført i en norsk sammenheng.

Hellevik skiller mellom *ekstensiv* og *intensiv* undersøkelsesopplegg. Mens ekstensive opplegg er brede undersøkelser med et stort antall respondenter, karakteriseres intensive undersøkelser av å søke mest mulig dybdeinformasjon om hver enkelt enhet (Hellevik 2003:95). I en norsk sammenheng har det vært utført ekstensive undersøkelser som tar for seg fildeling av musikk, blant annet undersøkelsen Norstat utførte for Pepsi i 2005, samt to undersøkelser gjennomført av rettighetsorganisasjonene Norwaco og TONO (Aftenposten 2003, Eilertsen 2005). Enkelte intensive undersøkelsesopplegg er også tatt i bruk for å undersøke fildelingsfenomenet, blant annet er det gjennomført en casestudiebasert undersøkelse i forbindelse med prosjektet forskningsprosjektet ”Internett i endring III” ved UiO som benytter seg av et antall intervjuer som datagrunnlag (Sæbø 2005), altså er dette et mer kvalitativt fundert opplegg. I utformingen av denne undersøkelsen har jeg derfor benyttet meg av en tilnærming som ligger midt i mellom disse tilnærmingmåtene; spørreskjemaet har vært utformet slik at det er betydelig mer detaljert og undersøkelsens målgruppe er mer snever og fokusert enn i de ekstensive oppleggene som har vært gjennomført nå, mens det samtidig har vært benyttet en metode som muliggjør et relativt stort datagrunnlag. En undersøkelse fra NTNU benytter seg av en tilsvarende tilnærming (Heimsvik et. al. 2005), men rapporten fra denne undersøkelsen kom ut først i avslutningsfasen av dette prosjektet.

En annen viktig årsak til at jeg har valgt en surveyundersøkelse heller enn andre metodiske tilnærminger er at aktiviteten undersøkelsen tar for seg kan oppfattes som ulovlig og umoralsk av mange respondenter, noe som kan føre til at enkelte respondenter kan oppfatte for eksempel en intervjusituasjon som ubehagelig. Dette kan føre til at respondenten svarer mer i tråd med det han eller hun oppfatter som lovlig eller moralsk riktig framfor å svare det som egentlig er mest

beskrivende for vedkommendes handlinger. I en anonym spørreundersøkelse vil det for enkelte være lettere å svare ærlig på spørsmål som omhandler slike temaer (Haraldsen 1999:123).

3.1 SAMMENSETTING AV UTVALG

En av de viktigste beslutningene man må ta når man skal gjennomføre en spørreundersøkelse er hvordan utvalget skal settes sammen. Dette er av betydning både for undersøkelsens presisjon og validitet, og ikke minst har det stor betydning for i hvilken grad undersøkelsen er praktisk gjennomførbar.

I metodelitteraturen skilles det mellom to måter å sette sammen utvalg på; *sannsynlighetsutvelging* eller *ikke-sannsynlighetsutvelging* (Hellevik 2003:113-128, Henry 1990:17-32)¹². Karakteristisk for utvalg som er trukket ved sannsynlighetsutvelging er at alle i populasjonen skal ha en kjent sannsynlighet for komme med i utvalget (Østbye et. al. 2002:148). Et sannsynlighetsutvalg kan trekkes med mange forskjellige teknikker, respondentene kan for eksempel velges ut fra en liste hvor hele populasjonen er representert, og poenget med å benytte seg av slike teknikker for utvelgelse er at feilmarginen ved utvalgets statistiske generaliserbarhet samt signifikansnivået er mulig å beregne. Karakteristisk for utvalg trukket ved *ikke-sannsynlighetsutvelging* er at *ikke* alle i universet har like stor sannsynlighet for å være med i utvalget eller at sannsynligheten for å være med ikke er kjent (Hellevik 2003:120). Denne måten å trekke utvalg på kan foregå enten ved slumpmessig og tilfeldig utvelging eller ved en form for kontrollert utvelging, som kvote- eller skjønnsmessig utvelging (Hellevik 2003:120-121, Henry 1990:17-23). Denne måten å trekke utvalg på er enklere og rimeligere å gjennomføre, og i mange tilfeller er ikke sannsynlighetsutvelging praktisk gjennomførbart overhodet, for eksempel er det i følge Østbye et. al. kun Statistisk Sentralbyrå av meningsmålingsinstitusjonene i Norge som gjennomfører undersøkelser som tilfredsstiller alle kravene til sannsynlighetsutvelging (Østbye et. al. 2002:252). Det er mange ulemper knyttet til utvalg trukket ved ikke-sannsynlighetsutvelging, slike utvalg er mindre presise og ikke så velegnet til generalisering som sannsynlighetsutvelging da ikke-sannsynlighetsutvalg lett kan ha systematiske skjevheter.

3.1.1 Utvalgets sammensetning i denne undersøkelsen

På grunn av de praktiske rammene rundt en mastergradsavhandling var det etter min mening umulig eller i det minste svært vanskelig å sette sammen et utvalg ved hjelp av sannsynlighets-

¹² Boka "Metodebok for medievitenskap" opererer med navnene *tilfeldig* og *ikke-tilfeldig* utvalg (Østbye et. al. 2002:148), men disse kategoriene er slik jeg ser det omtrent overlappende med begrepene i blant annet Hellevik.

utvelging. På grunn av de økonomiske og ressursmessige rammene rundt en slik avhandling er det vanskelig å kunne nå ut til et tilfeldig nasjonsbredt utvalg, og dessuten er det problemer hva tilgang angår. Det er svært vanskelig å få tilgang til fullstendige lister og oversikter over landets 18- og 19-åringer, og dessuten forholdsvis vanskelig å få tillatelse til å dele ut undersøkelser i de fora som ungdom kan nås i. Jeg har valgt å rekruttere respondenter til undersøkelsen via videregående skoler, da disse omfatter de fleste 18- og 19-åringer i landet, men heller ikke i skolen har man noen selvsagt tilgang som forsker. Av nærmere 40 kontaktede skoler hadde kun 10 anledning til å delta av forskjellige årsaker, og flere skoler har policyer på at de ikke deltar i andre undersøkelser enn de som pålegges fra sentraladministrativt hold.

Mitt utvalg er et skjønnsmessig ikke-sannsynlighetsutvalg som drar veksler på det som kalles for *kvotentvelging* (Hellevik 2003:121, Henry 1990:22). Utvalget er satt sammen med utgangspunkt i skjønnsmessig utvalgte skoler fra fire norske fylker; Nordland, Oslo, Vestfold og Sogn- og fjordane. Skolene er valgt ut slik at antallet respondenter fra yrkes- og allmennfaglige studieretninger samsvarer med fordelingen mellom de to hovedtypene studieretninger på landsbasis i følge data fra Statistisk Sentralbyrå (SSB 2005a). Skolene er valgt ut med tanke på geografisk spredning innen hvert enkelt fylke, slik at risikoen for at geografisk bestemte faktorer gir skjevhet minimeres. I tillegg er skolene valgt ut slik at alle hovedtyper av studieretninger ideelt sett skal være representert i utvalget selv om ikke variabelen ”studieretning” utdypes i mer enn hovedtypene allmenn- og yrkesfaglig. I tillegg identifiseres studieretningene for musikkfag og mediefag spesielt slik at undersøkelsen kan belyse hvorvidt disse spesielle faglige interessene kan gi systematiske forskjeller.

3.1.2 Representativitet

Det er som antydnet flere faktorer ved gjennomføringen av min undersøkelse som går på bekostning av representativitet, og det at jeg har valgt å bruke ikke-sannsynlighetsutvelging i sammensetting av utvalget gjør at representativiteten ikke er mulig å anslå matematisk. Undersøkelsen er dessuten gjennomført på et mindre utvalg videregående skoler og ikke i alle landets fylker. Dermed er undersøkelsen statistisk sett mindre presis, og resultatene kan ikke ses på som representative for alle ungdommer i siste årskull på videregående skole på landsbasis. Allikevel er undersøkelsens utvalg satt sammen på en sånn måte og av en slik størrelse at det nærmer seg en grad av representativitet i forhold til denne populasjonen, Undersøkelsens utvalg er satt sammen slik at dens resultater kan anses for å ha en betydelig indikatorverdi i forhold til hvilke funn man kan forvente å komme fram til med et representativt utvalg av den samme populasjonen.

I forhold til det landsmessige gjennomsnittet avviker enkelte egenskaper ved utvalget noe. To egenskaper ved utvalget er som illustrert i diagram 1 (vedlegg 2) distinkt forskjellige; for det første er den prosentvise fordelingen innenfor de forskjellige studieretningene skjev. Dette er produktet av det som kalles disproporsjonal stratifisering, altså bevisst overrepresentering, og årsakene til at dette er gjort er at gruppene ”musikkfag” og ”mediefag” representerer en så liten prosentandel av det totale antallet elever i videregående skole i Norge at et korrekt stratifisert utvalg ville føre til at antallet besvarelser innenfor disse to studieretningene ville gi et for tynt datagrunnlag å slutte ut i fra. Kjønnfordelingen innenfor allmennfag, musikk og mediefag er svært lik kjønnfordelingen innen de enkelte studieretningene på nasjonalt plan, men innenfor de yrkesfaglige studieretningene har det oppstått et tilfeldig avvik i denne fordelingen, som kan bero på at datainnsamlingen har foregått i hele klassesett og at mange yrkesfaglige studieretninger nærmest er rene gutte- eller jentestudieretninger. Av reliabilitetshensyn har jeg valgt å rette opp disse misforholdene ved å etterstratifisere utvalget, og med denne metoden rettes dessuten mindre avvik forårsaket av tilfeldigheter i datainnsamlingen opp. Variablene er altså utstyrt med vektorer i analysen slik at kjønns- og studieretningsfordelingen i datamaterialet tilsvarer den samme fordelingen på landsbasis, samtidig som et godt grunnlag for generalisering er bevart i de gruppene som representerer en svært liten prosentandel av populasjonen på landsbasis. Effekten av etterstratifiseringen er deretter kontrollert ved å sammenlikne vektete og uvektede tabeller, og effekten av vektingen er i forhold til mange spørsmål av relativt begrenset betydning. I forhold til noen egenskaper har vektingen større betydning, for eksempel i forhold til egenskaper som er karakteristiske for de bevisst overrepresenterte gruppene, slik som musikkinteresse blant elevene ved musikkfag¹³.

3.2 UTFORMING AV SPØRRESKJEMA

Utforming av spørreskjemaer til en surveyundersøkelse som denne er fremfor alt en prosess som fordrer en reflektert holdning til språk. Haraldsen skisserer tre basisopplysninger som må være på plass klart og tydelig for å minimere risikoen for manglende, feilaktige eller upresise svar i besvarelsene:

1. betydningen av ord og uttrykk i spørsmålene
2. hvilke opplysninger spørsmålene ber respondentene om å hente fram for å svare
3. hvilken målestokk respondentene blir bedt om å bruke når de gir svaret sitt (Haraldsen 1999:123)

¹³ Av plassmessige hensyn er ikke tabellene som sammenlikner vektete og uvektede resultater innenfor hver enkelt variabel, men den interesserte leser kan få tilgang på disse ved forespørsel.

Den språklige utformingen av spørreskjemaet må altså være både entydig, lett forståelig og enkel, men også andre aspekter ved måten spørsmålene formuleres på kan ha betydning for svarene. En ting som i følge Hellevik er svært sentralt er *balansering* av formuleringene (Hellevik 2003:144), altså at ingen svaralternativer dominerer spørsmålsformuleringen og at spørsmålet i størst mulig grad fremstår nøytralt. I denne undersøkelsen har jeg i stor grad vektlagt nøytralitet i spørsmålsformuleringene da temaet surveyundersøkelsen omhandler kan oppfattes som umoralsk eller ulovlig. På grunn av dette er det etter min mening fare for at svarene kan påvirkes av såkalte *forventningseffekter* (Haraldsen 1999:149), altså at svarene tilpasses eller pyntes på etter hva slags forventninger respondenten har, og hvilke svar spørsmålsstilleren er på jakt etter eller ønsker. En slik effekt vil ikke bare kunne forårsakes av spørsmålsformuleringer, men også av undersøkelsens hensikt og hvem spørreskjemaets avsender er, og derfor har jeg valgt å åpne spørreskjemaet med en presentasjon av opplegget utformet som en liten liste med besvarte spørsmål om hvem jeg er, hvem som får tilgang til svarene og hvordan besvarelsene er utformet med hensyn til anonymitet.

En viktig vurdering i forhold til utforming av spørsmål er hvorvidt svaralternativene skal være åpne eller lukkede, altså om spørsmålene skal være formulert uten eller med faste svaralternativer. I spørreskjemaet har jeg i hovedsak valgt å bruke lukkede kategorier, kun et spørsmål er åpent formulert, men for å kunne dekke opp eventuelle problemer med at kategoriene eller svaralternativene i de lukkede spørsmålene ikke er uttømmende eller presise nok, har jeg lagt til et åpent svaralternativ. I spørsmålet ”Hvilke program bruker du mest for å laste ned musikk akkurat nå?” viste det seg særlig nyttig å ha en slik mulighet da mange syntes å benytte seg av systemer som mine 9 kategorier ikke fanget opp på en ordentlig måte. Det er flere årsaker til at jeg har valgt å benytte meg av lukkede kategorier. En viktig årsak er at de kvalitative resultatene åpne kategorier produserer krever en relativt omstendelig prosess for å kunne kvantifiseres til generaliserbare data, noe som ville ha vært begrensende for den totale mengden data som ville kunne behandles i løpet av et slikt avgrenset prosjekt. En annen viktig årsak er at åpne spørsmål av forskjellige grunner kan gi en del færre svar enn lukkede, noe som illustreres ved at andelen svar på det ene åpne spørsmålet i undersøkelsen var svært lavt. Selv om det i det aktuelle tilfellet kan ha flere årsaker, er det reell fare for at åpne spørsmål hoppes over fordi de krever mer av respondenten enn hva vedkommende er villig til å investere i et spørreskjema.

Med utstrakt bruk av lukkede spørsmålsformuleringer er to ting særlig viktig, det ene er at kategoriene er uttømmende nok og er relevante for målgruppen, og det andre valg av hvorvidt ett eller flere svaralternativer skal tillates på de forskjellige spørsmålene. For å være helt sikker på at

kategoriene er treffende, er det ideelle først å gjennomføre en pilotundersøkelse eller en *pretest* (Hellevik 2003:147) med mange åpne spørsmål, for deretter å bruke resultatene fra denne til å designe kategorier. Imidlertid var dette problematisk på grunn av begrenset tilgang på respondenter, så dette har jeg løst ved å teste undersøkelsen på noen medstudenter og andre bekjente som har kunnet kommentere på kategoriene umiddelbart. En slik løsning er absolutt ikke ideell, men mitt inntrykk er at denne prosessen har resultert i temmelig treffende kategorier.

Spørsmålet om hvorvidt et eller flere svar per spørsmål skal tillates handler først og fremst om å balansere entydig generaliserbarhet med presisjon og nyanserbarhet. I forhold til mange spørsmål gir dette valget seg selv, men mens jeg eksempelvis ønsket mest mulig detaljerte svar i forhold til spørsmål som om hva slags musikk respondenten liker mest og hva slags diskusjonsfora som benyttes for å diskutere musikk, ønsket jeg entydige, generaliserbare svar på spørsmål om hvilket medium respondenten benyttet mest til musikkavspilling dagen før innsamlingen og hvilket musikkdistributionsformat respondenten foretrekker. Derimot vil ikke alltid bruk av kun ett svar passe respondentens forhold til det spørsmålet dreier seg om, og dette ble særlig tydelig på spørsmål om hvilket medium som ble benyttet mest, hvor en stor prosentandel av respondentene satte mer enn ett kryss selv om det ikke ble gitt beskjed om at dette var et alternativ. Formodenlig er årsaken til dette at respondentene ikke husker eller at respondentene mener at det ikke er mulig å isolere ett av flere medier.

3.3 GJENNOMFØRING OG DATABEHANDLING

Den praktiske gjennomføringen av undersøkelsen har vært gjort slik at skolene først har vært kontaktet per brev eller e-post med forespørsel om gjennomføring av undersøkelsen. På de skolene som har villet bidra i denne undersøkelsen har en kontaktperson mottatt spørreskjemaer per post, og denne kontaktpersonen har sørget for å organisere gjennomføring lokalt slik det har passet skolen best. Skolene har fått stor frihet til å styre gjennomføringen av undersøkelsen innenfor de studieretninger, årskull og det omtrentlige antallet respondenter jeg har bedt om fra de forskjellige skolene. For å lette gjennomføringen og minimere unødige avvik fra gjennomføring til gjennomføring har spørreskjemaene som nevnt vært utformet slik at de i prinsippet skal være selvforklarende og ikke avhengig av presentasjon utover den presentasjon som gis i skjemaet. Derfor har ingen egen instruks vært overlevert den som har delt ut og samlet inn undersøkelsene utover instruksjoner av praktisk art, slik som at arkene spørreskjemaet består av var tosidige og at elevene skulle fylle ut skjemaene uten ”samarbeid”.

På grunn av måten gjennomføringen har vært gjort på har jeg ikke hatt noen direkte kontakt med eller noen mulighet til å påvirke utvelgingen av de enkelte respondentene i utvalget. Dette har sine for- og ulemper, det positive med denne metoden er at jeg ikke har påvirket respondentene på noen annen måte enn med teksten i spørreskjemaet, og at utvalget av enheter innenfor den studieretningen jeg har vært interessert i, i noen grad har vært tilfeldig. Samtidig er det vanskeligere for meg å kvalitetskontrollere gjennomføringen med et slikt opplegg. Når utvalgsmessige faktorer ved de innsamlede undersøkelsene avviker systematisk fra populasjonen, er det er det vanskeligere for meg å anslå om årsaken til dette er tilfeldig eller om det kan være snakk om mer systematiske avvik.. Dette til tross var denne måten å gjennomføre undersøkelsen etter min mening den beste, for det første fordi det er økonomisk og praktisk vanskelig for meg å reise til alle skolene og for det andre fordi flere av skolene foretrakk å gjennomføre undersøkelsene selv slik undersøkelsen var lettere å tilpasse til den travle skolehverdagen.

En utfordring i forhold til å samle inn besvarelser fra hele skoleklasser er at ikke alle elever er like interessert i å bidra i slikt arbeid, og i en klasseromsituasjon hvor ”alle” leverer inn besvarelser er det en viss fare for at de helt uinteresserte respondentene kan levere useriøse besvarelser som hvis antallet er stort nok, kan kompromittere undersøkelsens troverdighet. For å minimere faren for dette, har jeg i den innledende teksten presisert at det er frivillig å delta, og at det er helt akseptabelt å ikke delta i undersøkelsen. Dessuten har jeg i datainnmatningsprosessen vurdert besvarelsenes kvalitet nøye, men til tross for enkelte ”artige” svar, for eksempel på spørsmål om internettaktiviteter sist uke har selv besvarelser slike besvarelser bestått kriterier for kildekritikk som indre konsistens, så jeg har ikke funnet grunn til å utelukke noen besvarelser på grunn av useriøsitet. Tre besvarelser er derimot sett bort i fra da det manglet svar på mer enn 50 % av spørsmålene, så det reelle totale datagrunnlaget er 333 respondenter.

Enkelte besvarelser mangler avkryssninger på noen få spørsmål, og det kan det være mange årsaker til. Disse ”hullene” i datamaterialet kunne jeg ha tettet enten ved å sette inn tilfeldige verdier eller ved å sette inn en middelvei, men i stedet har jeg valgt å la statistikkprogramvaren utelate verdien i de få tilfellene hvor det er mangler, slik at hele besvarelsen ses bort i fra i de tilfellene hvor det mangler en verdi som undersøkes. Derfor vil det enkelte steder i oppgaven være små avvik innenfor en variabel avhengig av hvilken annen variabel den er sammenliknet med. Disse avvikene er imidlertid statistisk ubetydelige og prosentvis svært små.

3.3.1 *Analyse og teknikkvalg*

I analysen av datamaterialet benytter jeg meg i stor grad av frekvensfordelinger samt bi- og multivariate fordelingsanalyser i form av krystabeller, og bare i noen grad benytter jeg meg av korrelasjonsanalyse og mer avanserte analyseverktøy. Det er flere årsaker til dette valget; en åpenbar årsak er at prosentuerte tabeller er lettere for leseren å forholde seg til enn tall som fordrer kjennskap til et matematisk begrepsapparat. En desto viktigere årsak er knyttet til hva slags analysemetoder som er tilstrekkelige for opplegget. Prosjektets problemstillinger er primært av praktisk-empirisk deskriptiv karakter, oppgavens viktigste prosjekt er å belyse karakteristiske egenskaper ved respondentene i et utvalg i større grad enn at konkrete årsakssammenhenger belyses, og for et slikt formål er deskriptive analyseteknikker etter min mening mest effektive. I den grad slike sammenhenger antydes i denne avhandlingen, representerer de prosentuerte tabellene også et mål for slike sammenhenger selv om det på langt nær ikke er et like konkret uttrykk som for eksempel et korrelasjonsmål, men samtidig gir slike prosenttabeller rom for å fremstille nyanser, kompliserte sammenhenger og andre forhold som ikke nødvendigvis enkle korrelasjonsmål vil kunne beskrive på en adekvat måte.

3.4 ANNET MATERIALE

Den kvantitativt funderte spørreundersøkelsen suppleres også med data fra andre undersøkelser, både fra analysebyråer, fra offentlige instanser som Statistisk Sentralbyrå og Medienorge og fra sekundærlitteratur, og materialet i analysen av markedet for musikkdistribusjoner er i hovedsak basert på slike kilder. I anvendelsen av slikt materiale er en kritisk holdning til kildene særlig viktig. John Scott opererer med fire kriterier for vurdering av kilder; *autensitet*, *troverdighet*, *representativitet* og *tolkning* (Østbye et. al. 2002:47-48). All litteratur som anvendes i en akademisk sammenheng må vurderes kritisk i forhold til disse kriteriene. En vurdering av hvem avsender er, hvilken kompetanse avsender har i forhold til det vedkommende skriver om er sentral i en slik prosess, og i et fagområde som preges av en konflikt må man også være oppmerksom på at det kan foreligge potensielle habilitetsproblemer.

I denne avhandlingen benytter jeg meg i relativt stor grad av kilder fra Internett. Utstrakt bruk av Internettkilder kan potensielt representere et problem, og slik bruk fordrer særlig oppmerksom og varsom kildekritikk:

Nettets anarkistiske form [...] kan representere problemer for mulighetene til å fastslå kildenes autensitet og troverdighet. Alle kan i prinsippet publisere på Internett, mange websider er ikke underlagt noen form for

redaksjonell kontroll og rutiner for standardisering og oppdatering av informasjon er lite utviklet. Referanse til forfattere/utgivere og deres kvalifikasjoner mangler ofte fullstendig. (Syvertsen 1998)

I tillegg til å utøve ”vanlig” kildekritikk må man være spesielt oppmerksom på hvem som er sidens *avsender* er og i hvilken kontekst teksten befinner seg. Denne prosessen innebærer analyse av innholdsmessige aspekter som språkform og layout, men også vurderinger av forhold som ikke har direkte med selve siden å gjøre; hva slags nettside eller fil tjener dokumentet er publisert på; eksempelvis har kjente kilder som anerkjente nettmagasiner nettutgaver av papiraviser, akademiske websider og artikler som også har vært publisert i andre medier høyere kredibilitet enn for eksempel private websider, og særlig om ikke websidens ”redaktør” er den samme som har forfattet innholdet.

I denne avhandlingen behandles svært mange artikler som inneholder statistikkanalyser. I forhold til statistikk må man være særskilt oppmerksom på hva slags grunnlag statistikken er beregnet på og hva slags fremgangsmåte som har vært anvendt (Syvertsen 1998); eksempelvis avhenger prosentandelen av ungdom som laster ned musikk av hvordan man definerer ”å laste” ned. Prosentandelen nedlastere er rimeligvis mye høyere om ”nedlastere” er alle som har lastet ned musikk en gang i løpet av livet enn om ”nedlastere” defineres som alle som regelmessig har lastet ned musikk de siste tre månedene. Man må dessuten være svært oppmerksom på undersøkelsenes utvalg, analyseteknikker og fremstillingsmåte.

En del av de utenlandske rapportene og undersøkelsene som er av relevans for denne avhandlingen er i praksis ikke tilgjengelige for studenter da forskningsinstitusjonene og interesseorganisasjonene som har utarbeidet rapportene krever at man må kjøpe tilgang til dokumentene eller til fil tjeneren som dokumentene er publisert på, og ofte til beløp på oppimot ti tusen kroner for et enkelt dokument. Dermed avhenger kunnskap om dette materialet fullstendig av annenhåndskilder, noe som kompromitterer mulighetene for å bedrive grundig kildekritikk. I den grad tall fra slike undersøkelser er anvendt er de derfor nøye triangulert ved å sammenlikne den informasjonen som er tilgjengelig om undersøkelsen i aviser og andre medier med tilgjengelige resymeer på kildens offisielle websider. Dog er i liten grad data fra slike undersøkelser anvendt på grunn av mangelfulle opplysninger om utvalg og analysemetode.

3.5 MARKEDSSTUDIER I EN BRUKERSAMMENHENG

Som presentert i kapittel 1.3, karakteriseres forskningen på feltet av å være delt i to nivåer, et strukturdatabasert nivå og et brukerdatabasert nivå. Når to slike ulike tilnærminger anvendes for å

forstå et fenomen, må man være svært oppmerksom på potensielle problemer med å trekke slutninger på tvers av de forskjellige nivåene, da dette potensielt kan føre med seg såkalte *nivåfeil*. I denne oppgavens sammenheng er dette problemet reelt først og fremst i forhold til benyttelse av markeds- og strukturdataanalytiske innsatser i forhold til hypoteser om bruk av fildelingssystemer. Studier som Liebowitz' *Will MP3 downloads Annihilate the Record Industry? The Evidence so Far* (2003) viser som nevnt at det få indikasjoner på at faktorer som potensielt kan påvirke markedet for musikkdistribusjoner har forårsaket nedgang, og Liebowitz konkluderer dermed at musikknedlasting forårsaker betydelig skade på musikkindustrien (2003:29). Denne studien bidrar imidlertid ikke til å spre lys over problemstillinger som angår anvendelse av nettverkssystemer for fildeling. Studier som denne kan i realiteten ikke anvendes til å si noe om hvorvidt bruk av digitalt distribuerte musikkfiler erstatter bruken av kjøpt musikk, fordi mens en slik konklusjon befinner seg på et rent individ- eller bruksnivå, er datamaterialet i hans studier på et strukturelt nivå. Å bruke slike økologiske data for å beskrive individegenskaper er en såkalt økologisk eller *aggregativ* feilslutning (Hellevik 2003:427-430). Dette er et generelt metodisk problem ved anvendelse av studier med grunnlag i strukturdata i forhold til en hypotese som omhandler bruk, og dermed er markeds- og strukturanalyser av mindre verdi for denne typen hypoteser. I lys av denne innsikten kan det virke noe ustrategisk at jeg i denne oppgaven velger både å relatere til markeds- og strukturdataanalytiske forskningsinnsatser, og at jeg velger å gjøre en analyse av det norske markedet for musikkdistribusjoner med utgangspunkt i innsikter fra denne typen materiale. Imidlertid er det flere årsaker til at en slik analyse er viktig for å forstå anvendelse av nettverkssystemer for fildeling og eventuelle konsekvenser fildeling har for musikkindustrien. For det første representerer en slik analyse *konteksten* for hypotesene om skadevirkning, og selv om man ikke kan benytte denne typen materiale for å si noe om hvordan fildelingsnettverk anvendes, vil markedsanalyse gi *indikasjoner* på hvorvidt salgshemmende praksis kan være etablert. Parallelle undersøkelser av anvendelse av fildelingsnettverk med grunnlag i brukerdata på den ene siden, og undersøkelser av strukturdata i forbindelse med markedet fildelingsnettverkene potensielt kan påvirke på den andre siden, vil rent metodemessig fungere som en form for *triangulering*. Konsistente resultater de to tilnærmingene i mellom vil gjøre at konklusjonen i forhold til hypotesene om fildelingsnettverkens effekt på markedet for musikkdistribusjoner står enda sterkere enn om kun ett av nivåene belyses.

Kapittel 4:
MARKEDET FOR MUSIKKDISTRIBUSJONER

”Musikkinteressen har aldri vært større [...]. Likevel går omsetningen ned” (Dagens Næringsliv 2004) sier Sæmund Fiskvik i en artikkel i Dagens Næringsliv hvor en rapportert negativ endring i musikkindustriens omsetningstall uproblematisk begrunnes ene og alene med piratvirksomhet på Internett. Å knytte salgsnedgang til nedlasting av musikk på Internett sammen i et direkte årsak-virkningsforhold er nok snarere regelen enn unntaket når det kommer til å forklare dystre tall i musikk- og underholdningsindustrien, ikke minst for folk i industrien og i de tilstøtende organisasjoner. Derimot er det høyst diskutabelt om fildeling og nedlasting av musikk er en vesensårsak til endring.

I dette kapittelet vil jeg undersøke markedet for musikkdistribusjoner i Norge med tanke på å kartlegge hvordan dette markedet har utviklet seg etter at fildelingssystemer for deling av musikk ble introdusert for norske musikkonsumenter. Deretter vil jeg med utgangspunkt i en amerikansk studie se på hvilke andre faktorer enn fildeling som kan ha bidratt til å påvirke markedet for musikkdistribusjoner de siste årene.

4.1 DEN NORSKE MUSIKKSTATISTIKKEN: NEDGANG... ELLER?

Den norske musikkindustrien har opplevd motgang det siste tiåret, og industrien har fått seg en tydelig knekk hva salg av musikk angår. Tall som er samlet av GGF og IFPI (IFPI, udatert) viser at det totale salget av musikk uttrykt ved antall solgte enheter fra grossist har vært på en synkende trend siden industriens absolutte salgstopp i 1998, antallet solgte enheter har sunket fra 15 428 000 i 1998 til 13 308 000 enheter i 2003, riktignok med et en del bedre resultat på 14 300 000 solgte enheter for 2004. Nedgangen reflekteres også i industriens omsetningstall hvor man også finner tydelige spor av en nedadgående trend, omsetningen fra grossist har gått fra en topp i 2000 med en omsetning på 992 millioner kroner til en omsetning på 854 millioner i 2003. Dette representerer en nedgang i salgsverdi fra estimerte 1 983 millioner kroner til 1 740 millioner.

Med fokus på antall solgte eksemplarer har det riktignok vært en nokså markant nedgang fra høydepunktet i 1998 og fram til i dag, men denne nedgangen er absolutt ikke en del av en jevn, gradvis nedgang som man kanskje ville forvente om et substituttprodukt som digitalt distribuert musikk var i ferd med å ta over markedet. Selv om årene 2001 og 2003 hadde vesentlig dårligere resultater enn toppåret 1998, var salget var allikevel svært mye høyere i 2001 enn hva det var 10 år

tidligere, hvor det totale salget var på kun 10 127 000 enheter. Som diagram 3 (vedlegg 2) viser var salget i årene 1997, 1999, 2000, 2002 og 2004 forholdsvis stabilt på rundt 14 millioner solgte enheter, og i forhold til disse årene er 2001 og 2003 egentlig bare marginalt dårligere i forhold til salg av enheter. Forholdene betoner seg imidlertid litt annerledes hvis man ser på omsetningstallene i kroner heller enn enheter. Det økonomiske resultatet for 2003 er en del dårligere enn for de foregående år, men fremdeles er omsetningstallene svært mye bedre enn fra 1996 og bakover, også kontrollert for konsumprisindeks.

Hvis man skiller mellom de ulike utgivelsesformatene, kan man se at salgstendensene er svært forskjellig. Mens salget av album har vært forholdsvis konstant fra 1994 til 2004, har salget av singler hatt en betydelig variasjon. Selv om albummarkedet viste oppadgående tendens i 2004, var singelmarkedet betydelig dårligere enn året før, og kurven for singelsalg slik denne fremstår i diagram 3 (vedlegg 2) er av en slik karakter at man kan mistenke at en del av grunnlaget for dette markedet er i ferd med å falle bort. Dette ser særlig dramatisk ut når man tar i betraktning at utsalgsprisen på en CD-singel er redusert betraktelig fra 1999 til nå; beregnet ut i fra IFPIs estimerte omsetningstall har den gjennomsnittlige prisen på en CD-singel fra 51 til 31 kroner. Samtidig må det fremheves at singelsalget som kurven viser også historisk sett har vært preget av stor variasjon, og også tidlig 1990-tallet var det liknende tendenser i singelmarkedet.

4.2 FILDELING OG ENDRINGER I SALG

Musikkindustrien i Norge hadde sitt salgstallmessige vendepunkt i 1998, da det som fra slutten av 80-tallet av stort sett hadde vært en jevn oppadgående trend ble snudd til nedgang eller i det minste til stagnasjon på et nivå litt under høydepunktet. Napster ble lansert i midten av 1999 (Alderman 2002:103), og man må regne med at det tok noe tid før denne tjenestens brukergruppe var av en slik størrelse at reduserte salg på grunn av Napsterbrukerne ville ha en betydelig effekt på salgsstatistikken. Napster var på sitt absolutt største fram til slutten av år 2000 og eksisterte marginalt inn i 2001 (Alderman 2002), så man bør kunne forvente at antallet fildelere som benyttet seg av denne tjenesten var på sitt største i år 2000. Nedgangen i salget begynte imidlertid allerede i 1999, mens Napster fremdeles var i oppstarts- og etableringsfasen og til dels ikke operativ ennå. Dessuten var nedgangen fra 1999 til 2000 prosentvis mye mindre enn hva den var fra 1998 til 1999, noe som strider mot hva man ville forvente hvis man antar at andelen aktive fildelere vil reflekteres i industriens salgstall. Med utgangspunkt i disse tallene kan det virke som om salgsnedgangen allerede var påbegynt før fildelingsnettverket Napster startet opp i juni 1999, og dette blir enda mer påfallende når man ser på singelsalget. Markedet for singler hadde dramatisk

nedgang allerede fra 1997 til 1998, og denne nedgangen kan *garantert* ikke kan ha vært forårsaket av P2P-fildeling.

Det er også nokså interessant å se de norske salgstallene opp i mot tall fra andre land. Det amerikanske musikkmarkedet viser mye av de samme tendensene som kan sees i Norge, men den amerikanske industrien har i større grad enn den norske opplevd nedgang i antallet solgte enheter. Det amerikanske totalsalget har fra 1999 sunket jevnt og trutt, først med 4 % fra 1999 til 2000 og deretter med nokså betydelige 8-10 % fra år til år fram til 2003-2004 (RIAA 2005), hvor tendensen snus til en beskjeden oppgang. Singelmarkedet i USA er i likhet med det norske svært turbulent, men det amerikanske singelmarkedet har fått en langt mer alvorlig knekk enn det norske. Mens nedgangen i Norge ikke satte markedet mer tilbake enn at salget på det dårligste var på nivå med salget tidlig på 90-tallet, gikk nedgangen i USA til et slikt nivå at singelmarkedet praktisk talt var i ferd med å forsvinne fullstendig. Med en nedgang fra 116 000 000 i 1997 til bare snaut 9 000 000 i 2002, altså en over 1 200 prosents reduksjon var det totale singelmarkedet redusert i slik grad at salget av CD-singler var likestilt med salget av vinylsingler. Introduksjonen av ”digitale singler” på musikkmarkedet og i RIAAs statistikkmateriale, altså betalte digitale musikkfiler, har imidlertid erstattet de tapte salgene i singelmarkedet, og i 2004 var antallet ”digitale singler” hele 139 000 000, altså omtrent 20 % høyere enn det samlede singelsalget i toppåret 1997. Nedgangen i totalsalget og albumsalget i USA startet et år seinere enn hva nedgangen gjorde i Norge og økte jevnere og i større grad, og dette gjør at den amerikanske statistikken i større grad er kompatibel med teorien om at introduksjonen av P2P-fildeling er ansvarlig for nedgangstidene i musikkindustrien. Derimot startet også her den dramatiske nedgangen i singelmarkedet allerede et år før noen av de betydelige P2P-aktørene kom på banen.

Det som er uklart – og dessverre svært vanskelig å få undersøkt i ettertid – er hvorvidt og i hvilken grad det norske musikkpublikummet faktisk *var* fildelere i fildelingens tidligste dager. Et interessant moment tatt i betraktning at salgstallene var på sitt absolutt dårligste i 2001, er at man kan anta at mange nordmenn fikk øynene opp for fildeling først i løpet av 2000 da rettssaker mot fildelingsnettverket Napster og mot andre musikkfiltilbydere tiltrakk nyhetsmedienes interesse. Sånn sett kan det virke rasjonelt at salgene var på sitt dårligste i 2001. Forutsetningene for fildeling i noe særlig omfang her til lands var dessuten betydelig bedre i 2001 enn i 1999, da bredbånds- og høyhastighetsinternett var blitt introdusert på hjemmemarkedet i løpet av dette tidsrommet (Post- og teletilsynet 2005:14). Samtidig, selv om bredbånds- og høyhastighetsinternett er en faktor fra 2001 av, var andelen bredbåndsabonnenter i Norge på dette tidspunktet så vidt begynt på sin

nærmest eksponentielle diffusjon; Hvis bredbånd som både denne og andre undersøkelser (for eksempel Zenthner 2003:23) antyder er påvirkningsfaktor på andelen musikkjøpere som laster ned og deler musikk, burde man forvente at den negative trenden fra 1999 til 2001 skulle fortsette og kanskje til og med akselerere i nedadgående retning. Derimot opplevde industrien en økning på hele 14 % solgte enheter fra 2001 til 2002, og heller ikke 2003 eller 2004 var på et så dårlig nivå som 2001.

Et argument for å kunne forklare at den nedadgående trenden fram til 2001 ikke fortsatte, kan selvsagt være at mange brukere ble ”skremt” tilbake til de tradisjonelle distribusjonsformene av tiltakene musikkindustrien satte i verk for å begrense tap forårsaket av fildeling. Trusselen om søksmål hadde i følge en undersøkelse i forbindelse med et amerikansk forskningsprosjekt en betydelig effekt på antallet aktive fildelere (Rainie et. al 2004), og i året etter at de første store massesøksmålene ble satt i gang mot slutten av 2003 (Vance 2003a) registrertes også en beskjeden men ikke ubetydelig økning i salgstillene i det norske markedet. Dette kan etter min mening imidlertid like godt henge sammen med at prisene på en del musikk ble redusert i det samme tidsrommet som et ledd i tiltakene for å begrense fildeling (Vance 2003b).

De britiske og australske albumsalgstillene bidrar til å komplisere bildet ytterligere. Storbritannia har opplevd endringer av en helt annen karakter. Det britiske markedet har fra 1995 til 1999 vært stabilt på omkring 200 000 000 eksemplarer (National Statistics 2003, 2004, Rithotz 2004), men fra 1999 startet salget i Storbritannia på en oppadgående tendens. Stikk i strid med tendensen i blant annet USA og Norge økte salget i Storbritannia med en liten, men jevn årlig rate til et nivå på omkring 240 millioner solgte eksemplarer i 2004¹⁴ (BBC 2004). Singelsalget i Storbritannia har derimot hatt noe av de samme tendensene, selv om jeg ikke er i besittelse av faktiske tall for de siste tre årene, rapporterer flere annenhåndskilder at singelsalget også i Storbritannia har hatt en stor prosentvis nedgang i antall solgte eksemplarer (Rithotz 2004). Det australske markedet har i følge ARIA, IFPIs søsterorganisasjon i Australia også opplevd en stigende tendens i salget av antallet enheter (ARIA 2005), riktignok med en liten nedgang fra 2003 til 2004, men med en totalt sett positiv utvikling; fra 1998 til 2004 har eksempelvis oppgangen i antall solgte enheter vært på 18 %. De ulike formatene sett hver for seg har også det australske singelsalget vært skadelidende, med henholdsvis 8, 2 og 2 prosents nedgang i årene fra 2001 til 2004, imidlertid hadde Australias singelmarked en historisk salgstoppp så seint som i 2001.

¹⁴ Målt fra november 2003 til november 2004.

Denne tendensen ville ha vært forståelig om det var slik at briter eller australiere deler filer i vesentlig mindre grad enn andre europeere eller amerikanere, men det er få indikasjoner på at det er tilfelle. British Phonogram Industry har i likhet med RIAA valgt å gå til søksmål mot et antall ”notoriske” fildelere, noe som antyder at industrien anser uautorisert deling av musikkfiler som et vesentlig problem. Dessuten indikerer tall som Felix Oberholtzer og Coleman Strumpf har samlet, at Storbritannia står for et sted mellom 1-5 % av verdens samlede nedlastinger (Oberholtzer og Strumpf 2004:51), noe som gjør at prosentandelen nedlastinger pr. innbygger er grovt sett på nivå med hva tilsvarende tall er i USA. Hva som forårsaker at albummarkedet i Storbritannia bare har hatt oppgang gjennom hele den perioden hvor fildelingen har vært på sitt største er vanskelig å si, men sett i lys av at andelen fildeling har vært den samme uten at dette har ført til nedgang, er bevegelsene i dette markedet en indikator på at markedet påvirkes av en del andre faktorer også. Det britiske og australske albummarkedet bidrar således til å falsifisere de enkle årsaksfremstillingene som blant annet har vært presentert i en del av nyhetsmediene.

4.3 HVILKE ANDRE FAKTORER KAN PÅVIRKE MUSIKKMARKEDET?

Selv om det er selvfølgelig er lett både for nyhetsmediene og musikkindustrien å legge ansvaret for den globale nedadgående trenden i musikkindustrien på fildelingsnettverkene er det flere indikasjoner på at det kan være andre faktorer som er med på å påvirke musikkmarkedet. I hvilken grad andre faktorer har vært med på å forårsake nedgangstidene i industrien hersker det imidlertid stor uenighet om. Stan Liebowitz skisserer som presentert i kapittel 2 en rekke faktorer som han mener må tas hensyn til når man skal beregne fildelingens effekt på musikkmarkedet. I Liebowitz' egen studie kontrolleres disse faktorene opp i mot det amerikanske musikkmarkedet, og med dette som utgangspunkt konkluderer han med at det ikke finnes tilstrekkelig bevis for at disse faktorene forklarer nedgangen i salgstallene. Dette mener Liebowitz at er en klar indikasjon på at fildeling og nedlasting av musikkfiler har hatt en vesentlig effekt på salget av musikk (Liebowitz 2003:29). Imidlertid er det åpenbart at det er forskjeller på det amerikanske og det norske musikkmarkedet, og det er ikke nødvendigvis slik at Liebowitz konklusjoner er direkte overførbare. Med utgangspunkt i faktorene Liebowitz presiserer vil jeg se nærmere på hvilke faktorer som kan ha påvirket det norske markedet for musikkdistribusjoner.

4.3.1 Endringer i forbrukernes inntekt og forbruk

Vesentlige endringer i negativ retning i forbrukernes inntekt eller i økonomien generelt ville kunne forklare nedgangstider for musikkindustrien, da man kan anta at det er sammenheng mellom forbruk og disponibel inntekt. Tall fra Statistisk Sentralbyrå viser derimot at

gjennomsnittsinntekten for alle husstander har økt med 12 % siden 1998 (SSB 2005b), og selv om ikke inntektsøkningen er jevnt fordelt på de forskjellige husstandstypene, er det ingenting som ut i fra det tilgjengelige materialet indikerer at denne ujevnheten er i musikkindustriens viktigste konsumenters disfavør. I den aktuelle perioden skal man etter min mening riktignok være noe forsiktig med å trekke slutninger om forbruk på basis av inntektsdata, ikke minst fordi terrorfrykt og en viss økonomisk pessimisme har preget mange vestlige land. Data fra Statistisk Sentralbyrå indikerer imidlertid at gjennomsnittsforkonsumet i Norge har økt jevnt også etter 2000 (SSB 2005c), og dessuten har andelen av totalforbruket som går til medieprodukter økt med 0,5 prosent i den samme perioden. Dermed er det rimelig å anta at endringer i inntekter og forbruksmønstre ikke i vesentlig grad er med på å forårsake motgangstidene i musikkindustrien.

4.3.2 Kjøp og bruk av substituttprodukter

Stan Liebowitz diskuterer effekten substituttprodukter i sin rapport og at andre produkter kan påvirke salget av musikk;

[...] [M]oney spent on DVDs cannot be spent on anything else, including CDs. Of course, both are only small portions of budgets and they might not have any impact on one another. If consumers tend to budget a certain amount for entertainment, however, each may then become an important constraint upon the other. (Liebowitz 2003:19)

Stan Liebowitz undersøker tallene for kino, dataspill og VHS så langt tilbake som det finnes statistikk for disse og finner at tendensen i hovedsak er at disse medieproduktene salgskurver har en tendens til å bevege seg parallelt. Dermed konkluderer han med at det er lite som tyder på at medieproduktene dataspill og ferdiginnspilt videofilm er substituttprodukter for musikkinnspillinger (Liebowitz, 2003:19-20). Imidlertid har Liebowitz' argumentasjon og måte å samle data på visse svakheter; Liebowitz' korrelasjonsundersøkelse er begrenset til perioden fram til 1999, formodentlig for å unngå at tallene for musikkindustrien skal være påvirket av den eventuelle effekten av fildeling. Etter min mening er det imidlertid flere faktorer som tilsier at også statistikk fra perioden 1999 til i dag bør tas i betraktning når man forsøker å finne andre faktorer enn fildeling som kan påvirke salget av musikk. Hjemmeunderholdnings- eller medieunderholdningsmarkedet har siden musikkindustriens toppår i 1999 fått vesentlige tilskudd av nye og svært populære produkter som spillkonsollene X-box, PlayStation2 og til dels Nintendo GameCube samt ikke minst DVD-spilleren som på rekordkort tid i årene fra 2000 til nå nærmest har blitt vertikalintegret i norske hjem (EE-Bransjen 2005c:10). Dessuten har flere andre viktige typer medieprodukter kommet til eller endret sin posisjon i løpet av disse årene.

For at substitusjon i form av kjøp av andre medieprodukter skal kunne antas å ha noen effekt på salget av musikk betinger dette som Liebowitz sier at konsumentene ”budsjetterer” et avgrenset beløp av husstandens inntekt til (medie)underholdning (Liebowitz 2003:19). Data fra Statistisk sentralbyrå viser at prosentandelen av norske husstanders husholdningsbudsjett som brukes til kultur og underholdning sett under ett er rimelig konstant på ca. 12 % av det totale husholdningsbudsjettet, og om man fjerner de tallene fra Statistisk Sentralbyrås klassifisering ”kultur og underholdning” som overhodet ikke er medierelatert (som feriereiser, blomster og hage, kjaledyr med flere), varierer andelen av det totale forbruket mellom 7,5 og 8 prosent. Videre er også andelen av det totale husholdningsbudsjettet som brukes til ”film, CD, kassetter o.l.” relativt konstant med en liten økende tendens de siste årene fra 0,41 % til 0,52 % i perioden fra 1997-1999 til 2002-2004 (SSB 2005c, SSB 1999), og dermed kan man anta at det eksisterer et potensial for at substitusjonsprodukter som DVD og dataspill kan ha hatt effekt på salget av musikk.

Markedet for kjøpevideo har i følge statistikk fra Norsk Videogramforening økt mye de siste 6-7 årene, antallet solgte ferdiginnspilte VHS- og DVD-filmer har økt fra 5 633 000 til hele 9 764 000 enheter årlig fra 1999 til 2003, altså en vekst på hele 73 % i løpet av fem år. Til tross for en prisreduksjon fra distributør på omkring en tredel er allikevel distributørens inntekt økt med 83 % i det aktuelle tidsrom, og høyst sannsynlig bruker nordmenn gjennomsnittlig mer penger på ferdiginnspilt film. Leiemarkedet for film har også ekspandert kraftig. Det eksisterer ingen statistikk over hvor mange ganger hvert eksemplar leies ut, men en økning på 59 % i det samlede salget av utleieeksemplarer fra distributør i perioden fra 2000 til 2003 antyder at det mest sannsynlig økning også i antallet utleide eksemplarer. Markedet for dataspill har også vært i sterk vekst de siste fem årene. Espen Thollefsen i Norsk Spill- og Multimedialeverandørforening hevder at det norske spillmarkedet har vokst med 30-40 % siden lanseringen av PlayStation2 i 1999 (Fjeld Olsen 2004), og om man ser den totale omsetningen for dataspill og dataspillrelatert utstyr som konsoller, styreenheter og lignende under ett, er omsetningen doblet fra 1998 med 600 millioner kroner til 2003 med om lag 1,5 milliarder norske kroner (Andreassen 2004). Innhold, altså spill til de mer enn en million spillkonsollene i norske hjem, omsettes for i underkant av 250 millioner kroner *eksklusive* spill fra leverandører som Microsoft og KB Media (som blant annet har solgt de formidable spillseriene og kassasuksessene ”*Grand Theft Auto*” og ”*Halø*”), og i tillegg selges det spill til PC og Mac for omlag 100 millioner (NSM 2005). Dessuten opplevde flere av de tradisjonelle underholdningsmediene også økning i årene fra 1999 til 2003. Kinoene i Norge snudde en negativ trend fra tidlig på 90-tallet og hadde en liten men jevn økning i besøkstall på 14 prosent fra 1999 til 2003 (Medienorge, udatert [3]), og hvis man ikke ser fagbøker atskilt fra øvrig

litteratur, har også omsetningen av bøker i bokhandel økt i verdi med 38 % i det aktuelle tidsrom (Medienorge, udatert [4]).

Telekommunikasjon og telekommunikasjonsutstyr er også en faktor som må tas i betraktning når det gjelder hvordan husholdnings- og medieunderholdningsbudsjettet fordeles, og telekommunikasjonssektoren har vært igjennom betydelige endringer de siste 6-7 årene. Bredbånds- og høyhastighetsoppkoblinger er tjenester som ble introdusert først etter 1999, og markedet for slike netjtjenester har vokst med en eksponentiell rate. Det private bredbåndsmarkedet omsetter nå for i underkant av 2 milliarder kroner (Post og teletilsynet 2005:24), noe som antyder en gjennomsnittlig utgift på drøye 3000 kroner i året for de ca. 600 000 (Post og Teletilsynet 2005:14) husstandene som abonnerer på slike tjenester. Mobiltelefoni er også en sektor innen telekommunikasjon som har vokst mye de siste 6-7 årene. Antallet aktive mobilabonnementer har økt fra ca. 2,1 millioner i 1999 til ca. 4,7 millioner i 2004, noe som tilsvarer en økning på fra 61,7 til 102,4 abonnement pr. 100 innbyggere (Post og Teletilsynet 2005:8-9), altså er det flere mobiltelefonabonnementer enn mennesker i Norge. Også *bruken* av mobiltelefoni er økt vesentlig, først og fremst er det antallet tekstmeldinger (SMS) som har økt. Mens det ble sendt omkring 500 millioner tekstmeldinger i 1999, ble det sendt 3,65 milliarder meldinger i 2004, altså 827 meldinger pr. mobilkunde (Post og Teletilsynet 2005:17-18), og tillegg kom SMS og MMS-baserte ”mobile innholdstjenester” som ringetoner, logoer, opplysningstjenester, spill etc. i 2001, og disse tjenestene har siden 2001 vokst fra ca. 50 til nærmere en halv milliard solgte meldinger i 2004 (Post og teletilsynet 2003:15). Omsetningstall for disse tjenestene er ikke offentlig kjent, men prisen på slike tjenester varierer fra 3 til 49 kroner pr. melding (Dahn Næss 2005) så disse tjenestene står sannsynligvis for en ikke ubetydelig andel av totalomsetningen av mobiltelefonetjenester. Omsetningen av slike tjenester var i 2004 på 13 milliarder kroner, noe som representerer mer enn en fordobling siden 1999 (Post og teletilsynet, 2003:18). Dette tallet inkluderer for øvrig ikke omsetningen av mobiltelefonapparater, som i følge EE-bransjen var på hele 5,33 milliarder norske kroner¹⁵ i 2004, fordelt på 2 050 000 apparater (EE-bransjen 2005a:1). Dette representerer også nesten en fordobling fra 1999, da det ble solgt 1 385 000 apparater (EE-bransjen 2005b).

4.3.3 Endringer i lytterdemografiske grupper

En hypotese for å forklare salgssvikt kan være at kundegrunnet er mindre ved at det er færre personer i de viktigste målgruppene for industrien, og tall fra Statistisk Sentralbyrå viser at de to

¹⁵ Vel og merke er dette *før* subsidier

viktigste målgruppene for musikkindustrien, aldersgruppene 16-19 år og 20-24 år er redusert med ca. 6 % fra 1998 til 2004 (SSB 2005d). Imidlertid er det diskutabelt hvorvidt dette kan ha hatt betydning for det totale salgsvolumet.

Den matematiske sammenhengen mellom utviklingen i salgstall og antall mennesker i aldersgruppen fra 16 til 24 år er stor i perioden fra 1998 til 2004¹⁶. Imidlertid skal ikke denne sammenhengen tillegges for stor betydning da den er generert på et relativt lite utvalg data. Ved å inkludere tall tilbake så langt det eksisterer brukbare data, altså fra 1986 til 2004, er korrelasjonen mellom befolkningsstørrelsen innenfor gruppen 20-24 år svært sterk negativ¹⁷. Tallene viser altså en omvendt tendens; jo mindre den viktigste målgruppa er, jo større antall enheter har blitt solgt. Det har dermed ikke tidligere vært slik at størrelsen på denne målgruppa har vært en faktor som har påvirket salget av musikkdistribusjoner, noe som er en indikasjon på at endringer i lytterdemografiske grupper har representert en betydelig påvirkningsfaktor på markedet for musikkdistribusjoner fra 1998 til 2004 til tross for korrelasjon mellom disse to datasettene i det aktuelle tidsrommet.

4.3.4 *Endringer i distribusjonskanaler*

Espen Andersen poengterer i artikkelen ”Åndsverk, marked og teknologi: Når kartet ikke stemmer med terrenget” at en del av markedet for musikkinnspillinger går utenom IFPI; musikk som selges gjennom ”alternative” distribusjonskanaler som gjennom bensinstasjoner, kiosker og de senere år også dagligvareforretninger er i følge Andersen ofte parallellimportert eller fra mindre, uavhengige plateselskaper (Andersen 2005:6), og salget av disse fanges ikke opp av IFPIs musikkstatistikk. Kjøp av musikk fra utlandet vil naturlig nok heller ikke fanges opp, og Internett har gjort utenlandskjøp atskillig mer tilgjengelig for nordmenn ved hjelp av store nettbaserte utsalgssteder som *Amazon*, *CDon.com* og *play.com* med flere. Et skifte i distribusjonskanaler fra de tradisjonelle utsalgsstedene for musikk til alternative distribusjonskanaler og utlandshandel vil kunne registreres som salgsnedgang i en norsk sammenheng.

At salg gjennom kanaler som kiosker, dagligvareforretninger og bensinstasjoner har økt så mye at det vil ha innvirkning på den totale industristatistikken er etter min mening mindre sannsynlig, for til tross for at disse kanalene er kompetitive på pris, kjennetegnes slike utsalgssteder av blant annet svært begrensede utvalg. Omfanget av privatimport av CD-er fra utlandet kan derimot være av

¹⁶ Korrelasjonen mellom salgstall og befolkningstall i aldersgruppen 16-24 i perioden 1998-2004 er 0,64

¹⁷ Korrelasjonen mellom salgstall og befolkningstall i aldersgruppen 16-24 i perioden 1986-2004 er -0,93

betydelig omfang, selv om dette i liten grad er statistisk dokumentert. En grunn til dette kan være at utenlandske tjenester kan tilby bedre priser og utvalg enn norske butikker. Den norske musikkindustrien har de siste årene vært igjennom en omfattende ”kjedifisering”, hvor musikk- og mediekjeder som *Platekompaniet* og *Free Record Shop* har ekspandert kraftig på bekostning av mindre, spesialiserte musikkforretninger som ikke kan konkurrere på pris. I løpet av årene 2002-2005 har til og med store kjedeforretninger som *Akers Mic* og *HysjHysj!* vært nødt til å avslutte driften, og i 2002 eksisterte det kun rundt ti fagforretninger med et bredt utvalg av klassisk musikk eller andre smale sjangere (Grønnestad 2002). Dessuten finnes det i følge Dag Grønnestad ingen rene norske internettutslagssteder for musikk (Grønnestad 2002); primært er også nettbaserte musikkbutikker avdelinger av de store kjedene. Konsumenter som ikke tilfredsstilles av kjedeforretningenes musikkutvalg har derfor ikke i samme grad som før et tilbud om å kjøpe musikk i tradisjonelle butikker utover de få gjenværende nisjeforretningene. Disse konsumentene har sannsynligvis stor glede av å kunne kjøpe musikk fra utlandet da dette vil være enklere og sannsynligvis rimeligere enn de tilbudene som eksisterer i Norge.. Dessuten ”lærer” nordmenn i stadig større grad seg å handle på Internett. Tall fra Teller A/S viser at netthandel med kort, altså ikke medregnet netthandel hvor betalingen foregår med betalingsmetoder som faktura og postoppkrav, har økt fra praktisk talt null i 2000 til omkring årlige 1,7 milliarder kroner (Braaten 2005), og det totale beløpet kan forventes å være en del høyere¹⁸. Det foreligger dessverre ikke statistikk som viser hvor stor andel av dette beløpet som er handel av musikk eller hvor stor andel som er utlandshandel, men eksempelvis indikerer omfanget av forbrukerstoff i mediene om temaer som tollfrigrenser, betalingssystemer og fremgangsmåter ved utenlandskjøp at utlandshandel er av økende interesse.

4.3.5 Endringer i musikalsk kvalitet og smak

En vanlig påstand som brukes for å forklare salgsnedgangen i musikkindustrien er at musikken selger dårlig fordi den ikke er ”bra nok”, altså at utgivelsene, særlig fra de store selskapene ikke har truffet publikums smak like godt de siste årene som de må ha gjort siste halvdel av 90-tallet. Med tung satsing på fjernsyns- og realitykonsepter som *Idol* og *Popstars* er det i og for seg ikke rart at kvalitetsargumentet dukker opp i forbindelse med salgsnedgang, men det er svært vanskelig å påvise endringer i musikalsk kvalitet og smak. Radiolyttetall er som Liebowitz fremhever en av få indikatorer på musikkinteresse, og interessant nok er det fra 1999 til 2003 nesten 30 % nedgang i antall lytteminutter i aldersgruppen 16-19 år, og omtrent 20 % nedgang i de tilstøtende

¹⁸ MMI fastslår i en undersøkelse utført for eForum at netthandelen i Norge i 2003 totalt beløp seg til 3,8 milliarder, og fordelingen mellom kreditt- eller debetkort og giro som betalingsform anslås pr. 2003 å være omtrent 50:50 (Nærings- og handelsdepartementet 2004:7).

aldersgruppene 13-15 år og 20-24 år. Den betydelige nedgangen kan indikere at musikkindustrien produkter har mistet interesse i de viktigste målgruppene sine, imidlertid er det flere faktorer som begrenser indikasjonsverdien. Som Liebowitz påpeker, radio består ikke utelukkende av musikk, og utenommusikalske feilsatsinger kan godt forårsake slik utvikling. Dessuten kan man argumentere med at nedlasting av musikk også kan være et substitutt for radio.

4.3.6 Andre forklaringer?

Også andre faktorer kan spille inn på musikkindustriens salgsstatistikk på en uheldig måte. En markedsundersøkelse utført av *the NPD Group* i 2003 viste at salgsnedgangen i USA var prosentvis større fra 2001 til 2002 blant voksenssegmentet, altså musikklytterne som er over 36 år. Mens bare ti prosent av disse oppgir nedlasting av musikk som årsaken til at de kjøper mindre musikk, oppgir nesten halvparten av respondentene i denne gruppen at de kjøper mindre musikk fordi det finnes mindre musikk de er interessert i å kjøpe. NPD Group mener altså at en andel av nedgangen i musikkmarkedet kan være forårsaket av feilsatsinger i form av en nedprioritering av det voksne musikkpublikummet, som i følge NPD Group en har stått for omtrent 45 % av det totale salget av musikk i tradisjonelle distribusjonsformer i en amerikansk sammenheng (NPD Group 2003). Hvorvidt dette kan være tilfelle i det norske markedet er imidlertid uklart, da det ikke foreligger slike data i en norsk sammenheng.

En annen årsak som kan påvirke musikkmarkedet i negativ retning er uautorisert kopifremstilling som *ikke* foregår via Internett, altså uautorisert fremstilling av fysiske distribusjoner. I følge IFPI er den kommersielle, organiserte fremstillingen av forfalskede CD-er mer enn fordoblet siden 2000 på et internasjonalt basis, og i land som Kina, Paraguay, Mexico, Russland og Ukraina står de uautorisert fremstilte produktene for mer enn 60 % av markedet for musikkdistribusjoner (IFPI 2005). Det er lite sannsynlig at det eksisterer et slikt illegalt marked i Norge i en slik utstrekning, men det finnes indikasjoner på at det i noen grad sirkuleres slike ulovlige distribusjoner også i Norge, eksempelvis ble det i 2004 tatt en person som solgte slike ulovlig fremstilte DVD-er på Grønland i Oslo (Berge 2004). Imidlertid er det lite sannsynlig at disse markedene er av en slik størrelse at det må tas hensyn til i en statistisk sammenheng.

En siste faktor som ikke kan ses helt bort i fra er at metodemessige avvik kan bidra til å skape inntrykk av større og mer dramatisk nedgang enn hva som kanskje er tilfelle. Journalist i tidsskriftet *MusicDish* Moses Avalon skriver i en artikkel at det er svært vanskelig å anslå hvorvidt den amerikanske musikkindustrien opplever nedgang eller ikke på grunnlag av RIAA sin statistikk

fordi RIAAs tall er basert på antallet enheter fra grossist og ikke antallet enheter solgt. Avalon sammenlikner RIAAs statistikk med tall fra *Nielsen SoundScan*, som registrerer det faktiske antallet solgte enheter for Billboard (Den amerikanske ekvivalenten til VG-lista), og finner en snaut 10 % økning fra første kvartal 2003 til første kvartal 2004, som journalisten finner at harmonerer relativt dårlig. Antallet enheter solgt fra grossist vil ikke nødvendigvis variere med antallet solgte enheter over disk; om for eksempel forholdet mellom bestilling, lagring og retur av varer endres i vesentlig grad, vil forholdet mellom antallet solgte enheter fra grossist og over disk endres. Dette mener Avalon at kan ha skjedd:

"Retail used to buy 10 weeks-worth [of records] and now they realize, in most cases, they don't have to carry more than two weeks-worth." In other words, retail has adapted to more of an "on demand" model (similar to the Internet) as opposed to the, accepting-tons-of-product-shoved-down-the-pipeline model record companies imposed on them in the past. (Avalon 2004)

Selv om man skal være svært forsiktig med å slutte fra endringer mellom to kvartalresultat til endringer mellom to årsresultater pga. variasjon i tidspunktet på året forskjellige utgivelser kommer ut (IFPI 2001:16) er det likevel et godt poeng, man skal være oppmerksom på at valg av kilde data i noen tilfeller *kan* bidra til å skape feilaktige inntrykk. Den norske musikkindustri statistikken baserer seg også utelukkende på salg fra distributør, og tallene som skal beskrive omsetningsverdi over disk er i følge Medienorge tall som er beregnet med utgangspunkt i distributørens tall (Medienorge udatert[5]), så teoretisk sett kan dette problemet ha effekt også på den norske statistikken. Imidlertid finnes det ikke offentlig tilgjengelige tall som beskriver reell omsetning over disk verken i verdi eller i volum, så hvorvidt dette problemet kan være av relevans er det vanskelig å verken bekrefte eller avkrefte.

4.4 KONKLUSJON

Markedet for tradisjonelle musikkdistribusjoner i Norge har riktignok opplevd en periode med nedgang i løpet av de siste årene, men to aspekter bidrar til å dempe krisepreget på denne nedgangen; for det første er det snakk om nedgang fra et historisk høydepunkt og til et nivå som er langt høyere enn for eksempel det beste året på 80-tallet, slik at det i det minste foreløpig kanskje kan være snakk om stagnasjon i markedet heller enn at bunnen har falt ut av det. For det andre har nedgangen i samme industrien i en del andre land vært vesentlig mer dramatisk uten at konsekvensene så langt har vært for fatale.

De norske salgshallene sett opp i mot viktige tidspunkter i forhold til utviklingen av fildelingsnettverkene antyder totalt sett at fildeling alene ikke kan stå for hele eller for den saks

skyld hovedtyngden av nedgangen musikkindustrien har opplevd fra 1998 og fram til i dag. Den oppadgående trenden i musikkindustrien hadde allerede snudd da P2P-fildelingsprogrammene gjorde sin entré i 1999, og til tross for at høyhastighets internettoppkoblinger har blitt vesentlig mye mer vanligere fra 2001 til i dag er korrelasjonen mellom salg av musikk og antallet norske husstander med høyhastighets Internett relativt liten. Dessuten, tallene fra det internasjonale markedet er lite konsistent med en hypotese om at uautorisert fildeling alene har ansvaret for industriens nedgang da den statistiske tendensen i land som Australia og Storbritannia avviker fra tendensen generelt selv om statistikk tilsier at både nedlasting av musikk, internettbruk og bredbåndspenetrasjon i disse landene er på omtrent samme nivå som ellers i vesten. Også andre faktorer kan som vist i dette kapitlet ha påvirket salgstallene i negativ retning; være seg økt salg av andre typer medieunderholdningsprodukter som konsollspill og spillemaskiner, DVD-film, konsumentelektronikk og telekommunikasjon eller salgsløkker til internasjonale markeder på grunn av netthandel så vel som til de alternative distribusjonskanalene for musikk innenlands. Også faktorer som feilsatsinger i markedssegmenter og kvalitetsmessige endringer i musikkindustriens tilbud kan ha hatt betydning, men det finnes i mindre grad data som kan bidra til å bekrefte eller avkrefte slike hypoteser.

Som Stefan Helmer påpeker i en artikkel som diskuterer de samme tallene er det på grunn av disse ”avvikene” vanskelig å ”skylde” på peer-to-peerfildeling ene og alene (Helmer 2003) i forhold til nedgang; derimot er det som vist i dette kapitlet mange faktorer som potensielt kan ha bidratt til denne nedgangen.

Kapittel 5:
UNGDOM OG FILDELING

5.1 HVEM LASTER NED MUSIKK?

Hittil i oppgaven har jeg tatt utgangspunkt i at de aldersgruppene som statistisk sett både er de ivrigste lytterne og de ivrigste Internettbrukerne, er de viktigste brukerne av musikknedlastingstjenester og fildelingssystemer. At dette faktisk er tilfelle, kan være gjenstand for diskusjon, men materiale fra andre undersøkelser kan bidra til å bekrefte dette. Relativt lite er gjort i det norske musikkmarkedet for å undersøke hvem som laster ned musikk fra Internett, men en del utenlandske studier kan bidra til å kaste lys over hvordan antallet nedlastere i Norge er spredt demografisk.

En amerikansk undersøkelse fra Edison Media Research viser at antallet nedlastere er størst blant gruppen 12-17 år, tett etterfulgt av aldersgruppen 18-24. I Edison Medias utvalg er andelen av de innen disse to gruppene som laster ned musikk henholdsvis 58 og 55 prosent, mens de to neste demografiske gruppene i denne undersøkelsen har betydelig lavere nedlasterandeler, henholdsvis 32 og 16 prosent for gruppene 25-34 år og 35-44 år (Edison Media Research 2003:24). Undersøkelsen søker også å kartlegge volumet av nedlastingen innenfor disse gruppene, og resultatene viser tydelig at nedlasterne som befinner seg i de to yngste aldersgruppene klart er de som laster ned mest musikk, med henholdsvis 47 og 62 prosent såkalt ”tunge” nedlastere¹⁹. Denne andelen ligger på omtrent halvparten blant de spurte i de to andre gruppene (Edison Media Research 2003:27). Data fra *PEW Internet & American Life Project* viser noe av det samme, mens 52 % av gruppen 18-29 år lastet ned musikk i 2003, er den tilsvarende andelen for gruppene 30-49 og 50+ henholdsvis 27 og 12 prosent (Graziano og Rainie 2001:4)

En australsk undersøkelse utført i 2003 av Quantum Market Research for ARIA, den australske ”søsterorganisasjonen” til IFPI, viser en liknende tendens. Rapporten fra denne undersøkelsen fastslår at mens 11 prosent av australierne har brukt en ”gratis” fildelingstjeneste den siste måneden, er de tilsvarende tallene for ungdom henholdsvis 28 prosent for gruppen ”under 17 år” og 24 % for gruppen ”18-24 år” (Quantum 2003:7).

¹⁹ Denne undersøkelsen definerer ’tunge’ nedlastere som personer som har lastet ned mer enn 100 sanger fra Internett i løpet av hele den perioden de har lastet ned musikk.

Når det gjelder det europeiske markedet, foreligger det relativt lite tilgjengelig statistisk materiale om nedlasterdemografi, men annenhåndskilder med referanser til det lille statistiske materialet som eksisterer, peker i retning av at den aldersmessige distribusjonen på nedlastere er omtrent lik i Europa som i USA og Australia. *Forrester Research* gjorde en undersøkelse av nedlasting i Europa i 2002, hvor de fant at av de ca. 33 prosent av europeerne som lastet ned musikk var det overvekt av unge menn (Nua Internet Surveys 2002). Også i Sverige har en undersøkelse kommet til liknende konklusjoner. Ungdom, og menn i særdeleshet, har størst sannsynlighet for å være nedlastere, den svenske undersøkelsen utført våren 2005 viser at en av tre under 24 år laster ned musikk (Lignell 2005).

Gjennomgående for alle undersøkelsene er at de som laster ned musikk hovedsakelig er unge, og det kan virke som om hovedtyngden av nedlasterne er omtrent midt i 20-årene eller yngre, altså studenter eller skoleelever. Dette er konsistent med antakelsene om at hovedtyngden av nedlastere er representert innenfor de gruppene som bruker mest tid på både lytting til musikk og bruk av Internett.

5.1.1 Hvor mange unge laster ned musikk – og i hvilken grad?

Med unntak av Norwaco og TONO sine undersøkelser som fokuserer på privat eksemplarframstilling også ved hjelp av tradisjonelle metoder (CD-R, kassettopptak og lignende), er det ikke gjennomført noen grundig undersøkelse som dekker store demografiske grupper i Norge, men en undersøkelse utført av Norstat for Pepsi i april 2005 i forbindelse med forslaget om ny åndsverkslov indikerer at nedlasting er minst like vanlig blant norsk ungdom som ungdom ellers. Blant et utvalg på 500 unge mellom 15 og 25 år laster i følge Dagbladet omtrent halvparten av de spurte ned over 70 prosent av musikken de anskaffer seg, og 93 prosent av de spurte har lastet ned musikk fra Internett. Andelen ”notoriske” brukere er i følge denne undersøkelsen også svært stor, i følge Dagbladet laster ”tre av ti” ned all eller nesten all musikken de anskaffer seg (Larsen 2005b).

I min undersøkelse er andelen som oppgir at de har lastet ned musikk noe lavere, 83 prosent av de spurte oppgir at de har lastet ned musikk fra Internett. Denne ti prosenters differansen mellom de to forskjellige undersøkelsene er etter min mening ikke stor nok til å kunne antyde at den ene eller den andre undersøkelsen gir et skjevt bilde av nedlastingsandelen da undersøkelsene Norstat og Pepsi sin undersøkelse omfatter et annet og vesentlig større univers både i forhold til geografisk grunnlag og i forhold til alderen på respondentene. Derimot er ikke andelen som har lastet ned

særlig interessant i seg selv, først og fremst er *omfanget* av nedlasting av betydning for å kartlegge i hvilken grad nedlasting er et vesentlig mediefenomen blant norsk ungdom.

Tabell 5.1.1-1: Nedlastingsvolum fordelt på kjønn, i prosent

| Nedlasting | Antall låter sist måned | | | | | | Total |
|------------|-------------------------|---------|--------|------|--------------|---------------------|-------|
| | 250+ | 100-250 | 25-100 | 1-25 | ikke oppgitt | Har ikke lastet ned | |
| Mann | 4,4 | 13,8 | 23,8 | 44,4 | 1,9 | 11,9 | 100 |
| Kvinne | 3,5 | 7,6 | 20,3 | 44,8 | 1,7 | 22,1 | 100 |
| Total | 3,9 | 10,5 | 22,0 | 44,6 | 1,8 | 17,2 | 100 |

Som tabellen viser oppgir hovedtyngden av de spurte at de laster ned 1-25 låter i måneden eller ikke i det hele tatt, 61,8 prosent lastet ned relativt få eller ingen låter den siste måneden. 36,4 % av respondentene hevder å ha lastet ned relativt mye musikk, definert som mer enn 25 låter, mens 14,4 % lastet ned over 100 låter sist måned.

Ut av den samme tabellen kan man lese noe annet som er svært interessant, nemlig hvordan andelen nedlastere er fordelt mellom gutter og jenter. I motsetning til hva undersøkelser gjennomført i andre land viser (for eksempel Madden og Lenhart 2003, Rainie et. al. 2004a, Hellmer 2003²⁰) er ikke andelen nedlastere blant jenter i denne undersøkelsen betydelig lavere enn blant guttene, mens 88,1 prosent av guttene har lastet ned musikk, er det tilsvarende tallet for jenter 78,9 prosent, altså en differanse på kun 9,2 prosent. Imidlertid viser undersøkelsen at jenter som laster ned musikk har hatt et noe lavere nedlastingsvolum enn hva guttene har:

Tabell 5.1.1-2: Nedlastingsvolum blant nedlastere fordelt på kjønn, i prosent

| Nedlasting | Antall låter sist måned | | | | | Total |
|-------------------|-------------------------|---------|--------|------|--------------|-------|
| | 250+ | 100-250 | 25-100 | 1-25 | ikke oppgitt | |
| Mann | 5,0 | 15,6 | 27,0 | 50,4 | 2,1 | 100 |
| Kvinne | 4,5 | 9,7 | 26,1 | 57,5 | 2,2 | 100 |
| <i>Differanse</i> | - 0,5 | - 5,9 | - 0,8 | +7,1 | +0,1 | I/T |

Som tabellen viser er andelen jenter som lastet ned over 100 låter sist måned en del mindre enn hva den tilsvarende andelen er blant gutter. Mens 14,2 av jentene oppgir å ha lastet med så mye oppgir hele 20,6 prosent av guttene det samme. Likevel skal ikke forskjellene mellom gutter og jenter overdrives; i kategoriene for ”over 250” og ”25 til 100” låter sist måned er det kun minimale

²⁰ At disse undersøkelsene gjennomgående viser lavere nedlasterandel blant jenter er ikke nødvendigvis i opposisjon til resultatene i denne oppgavens undersøkelse da både undersøkelsenes univers og tidspunkt for gjennomføring er forskjellig. I Madden og Lenhart 2003 og Rainie et. al. 2004a som bygger på det samme datamaterialet antyder dataene en tendens til at andelen nedlastere blant kvinner er på en økende trend mens andelen nedlastere blant gutter har stagnert eller er til og med har gått tilbake noe.

statistiske forskjeller. Forskjellene mellom gutter og jenters nedlasterandel og nedlastingsvolum er totalt sett såpass små at de er å anse for å være statistisk ubetydelige, noe som står i kontrast til tidligere funn.

En andel ”nedlastere” på hele 84 prosent, for ikke å snakke om andelen på 93 % som Norstats undersøkelse påviser, skaper et inntrykk av at nedlasting av musikk fra Internett er et mediefenomen som er nærmest totalpenetrert blant ungdom i Norge, at dette er noe praktisk talt alle gjør. Det er derimot flere ting som kan bidra til at dette tallet i en slik statistisk sammenheng blir høyere enn hva som er hensiktsmessig for å beskrive dagens situasjon hva nedlasting og fildeling av musikk angår. For det første er spørsmål i en slik sammenheng ofte formulert uten tidsbegrensning eller med relativt store tidsbegrensninger, for eksempel et år, og i undersøkelsen jeg har gjennomført, har jeg også valgt å formulere spørsmålet om hvorvidt respondenten har lastet ned musikk eller ikke uten tidsbegrensning. Dette vil medføre at alle som på et eller annet punkt har lastet ned musikk, enten de bare har prøvd det eller gjør det regelmessig gis anledning til å svare ja, og følgelig vil prosentandelen som svarer ja på spørsmålet høyst sannsynlig ikke reflektere antallet *aktive* nedlastere. En interessant sammenlikning får man ved å se den totale nedlasterandelen opp i mot hvor mange som oppgir musikknedlasting som en Internettaktivitet de har deltatt i sist uke;

Tabell 5.1.1-3: Nedlasting sist uke fordelt på nedlastingsvolum sist måned, i prosent

| Nedlasting sist uke | Antall låter sist måned | | | | | Total |
|---------------------|-------------------------|---------|--------|------|-----------------|-------|
| | 250+ | 100-250 | 25-100 | 1-25 | Ikke lastet ned | |
| HAR IKKE lastet ned | 23,1 | 25,7 | 9,6 | 66,9 | 100,0 | 53,7 |
| HAR lastet ned | 76,9 | 74,3 | 90,4 | 33,1 | - | 46,3 |
| Total | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 |

Andelen som lastet ned musikk ”i forrige uke” er høyest blant gruppen som har lastet ned 25-100 låter sist måned, mens respondentene som lastet ned over 100 låter sist måned litt overraskende har en noe lavere sannsynlighet for å ha lastet ned musikk i forrige uke²¹. Dette er likevel mindre interessant; det interessante her er at av gruppen som oppgir at de har lastet ned 1-25 låter den siste måneden er det kun 33 prosent som oppgir at de har lastet ned musikk den siste uken.

Mange undersøkelser skiller ikke mellom ulike typer nedlasting; det er viktig å ikke glemme at ikke all musikknedlasting er ”uautorisert”. I sammenhenger hvor statistikk over fildeling av musikk på

²¹ Dette kan imidlertid – i det i det minste til dels – bero på at dette er relativt små grupper, slik at det statistiske grunnlaget for prosentuering er såpass lite at små avvik får ganske stor prosentvis betydning.

Internett benyttes for å belyse potensielle skadevirkninger for musikkindustrien eller holdninger til kopirettbeskyttet åndsverk, bør deling og nedlasting av visse typer musikkmateriale skilles ut. Dette gjelder både fildeling som faller innenfor den nåværende åndsverkslovgivning sine unntak for privat bruk og nedlasting av filer hvor opphavsmannen tillater vederlagsfri deling eller nedlasting, slik som for eksempel nedlasting av musikk fra den populære NRK-tjenesten *Urørt* hvor band og artister får distribuere sin musikk digitalt gjennom podcasts og en webavspillingstjeneste. Bruk av betaltjenester som *iTunes music store* og andre tilsvarende tjenester hvor det betales vederlag for musikkfilene bør også ses bort fra i en slik sammenheng. Derimot er det svært vanskelig å skille de forskjellige typene nedlasting fra hverandre i en undersøkelsessammenheng. Få undersøkelser gjør så vidt meg bekjent dette, og heller ikke jeg har funnet en presis nok metode for å skille ”godkjent” nedlasting fra uautorisert, ikke minst fordi man nok kan forvente at en del respondenter ikke reflekterer over at det finnes forskjellige regler for forskjellige typer materiale som distribueres gjennom ulike kanaler innenfor samme medium. En måte å tilnærme seg dette problemet på er å undersøke hva slags kanaler og applikasjoner respondentene bruker for å dele eller laste ned musikk. Den første gruppen man kan se bort fra er de brukerne som kun benytter seg av betaltjenester. Jeg har også valgt å isolere de brukerne som kun benytter seg av personlige chat- og kommunikasjonssystemer som *MSN Messenger*, applikasjoner som er basert på at de man kommuniserer med i all hovedsak er venner og bekjente all den tid man må kjenne til blant annet personens e-postadresse for å kunne opprette kontakt. All fildeling som foregår i *MSN Messenger* eller tilsvarende systemer vil med andre ord foregå venner og bekjente imellom, og på denne måten befinner deling med slike systemer seg strengt tatt innenfor åndsverkslovens brukerrettighet som tillater privat eksemplarframstilling slik diskutert tidligere. Jeg har også valgt å isolere brukere som kun oppgir at de laster ned musikk fra Web, da kontrollen med uautorisert åndsverksdistribusjon på World Wide Web har vært intensivert såpass de siste årene at hovedtyngden av musikkmateriale som er mulig å laste ned gjennom denne kanalen, er innenfor grensene av ”autorisert” fildeling. På denne måten skilles i det minste de brukerne ut som utelukkende deler eller laster ned filer som enten er autorisert for nedlasting gjennom frigivelse eller betaling av vederlag eller som faller innenfor åndsverkslovgivningens unntak for privat eksemplarframstilling. Effekten av denne isolasjonen er derimot tilnærmet lik null; av de 261 respondentene som har oppgitt hva slags applikasjoner de benytter seg av, er det kun 14 respondenter som benytter seg av enten betaltjenester, *MSN Messenger* eller World Wide Web uten å benytte seg av en annen form for nedlastingsapplikasjon. Forutsatt at disse 14 respondentene ikke laster ned uautorisert musikkmateriale gjennom disse kanalene, bidrar disse kun til å senke prosentandelen ”nedlastere” for hele utvalget med knappe 4 prosentpoeng, altså er

andelen som utelukkende bedriver autorisert fildeling sannsynligvis nok så ubetydelig. Samtidig er det viktig å påpeke at de resterende 247 respondentene høyst sannsynlig ikke utelukkende laster ned eller deler musikkfiler som ikke tillates delt uten vederlag, og man kan anta at nedlastingsvolumet til en del respondenter hadde vært betraktelig mindre om man hadde hatt en tilstrekkelig metode for å isolere uautorisert fildeling fra autorisert; noe som ikke minst illustreres av at omkring ti respondenter som oppgir de fem siste låtene de har lastet ned fra Internett oppgir lokale band og artister som kun har publisert musikk ved hjelp av *Urørt*²².

5.1.2 ...men hvor mange deler filene sine?

Ett punkt som det fokuseres mye mindre på i eksisterende forskningsmateriale, er hvor mange det er som *deler* musikk på Internett, altså som tilbyr musikk for nedlasting. Man kan spekulere i at årsaken til at undersøkelser ofte ikke eksplisitt undersøker opplastingsaspektet ved fildeling på Internett, er at det antas at alle som laster ned musikk også tilbyr noe til nedlasting. Derimot er det flere årsaker til at brukere som laster ned kan ha et ønske om ikke å tilby noe til nedlasting; for det første var åndsverksloven i Norge på det punktet undersøkelsen ble gjennomført slik at *distribusjon* av musikkfiler er ulovlig i henhold til åndsverksloven mens *nedlasting* av musikkfiler kan forstås som innenfor grensene av tillatt privat eksemplarframstilling. For det andre er det slik at det kun har vært personer som har tilbudt musikkfiler for nedlasting som har blitt saksøkt og holdt ansvarlig for økonomisk tap i de over 10 000 sakene musikkindustriens rettighetsorganisasjoner har reist. Dette gjør at såkalt ”leeching”, altså nedlasting uten å tilby noe til nedlasting, kan oppleves som tryggere og mer risikofritt for brukeren, og dermed bør man kunne forvente at andelen som kun laster ned uten å tilby filer til nedlasting er relativt stor.

Av de spurte i min undersøkelse oppgir imidlertid over halvparten av de som laster ned musikk at de også deler musikk enten med MSN messenger eller tilsvarende chatapplikasjoner, P2P eller over World Wide Web; 38 prosent oppgir at de ikke deler musikk mens 58 prosent oppgir det motsatte. Av de som deler musikk har omtrent halvparten benyttet seg av chatapplikasjoner for filoverføringer, 61 prosent gjort filer tilgjengelig for nedlasting over P2P, og 18 prosent av fildelerne har delt filer med mer enn en av de tre metodene det ble spurt etter.

Gruppen som deler musikk over P2P representerer ikke en veldig stor andel av nedlasterne totalt, selv om mange av de som deler musikk gjør dette med et slikt system. Av nedlasterne totalt er det 35 % som oppgir at de deler musikk over P2P. Imidlertid er det slik at en hel del av nedlasterne

²² Et eksempel er Larviksbandet *Secret Rivals of Lama*, som flere respondenter oppgir å ha lastet ned musikk av.

ikke benytter seg av et slikt system verken til å dele eller å laste ned musikk, så et relevant mål på hvor mange som deler musikkfiler offentlig med et slikt system vil være andelen som tilgjengeliggjør musikk ved hjelp av P2P-applikasjoner som også oppgir at de bruker slike applikasjoner til nedlasting. Denne andelen er på hele 65 %, noe som antyder at andelen ”leechere” blant de unge tross alt er relativt liten.

En annen faktor som synes å ha betydning for deling av filer er nedlastingsvolumet. Ser man på andelen av respondentene som deler musikkfilene sine med andre fordelt etter hvor mange låter de oppgir å ha lastet ned sist måned, er resultatet litt annet enn man kanskje ville forventet:

Tabell 5.1.2-1: Valg av fildelingssystem fordelt på nedlastingsvolum, i prosent

| Antall låter nedlastet sist måned | Deler musikkfiler på Internett: | | | |
|--------------------------------------|---------------------------------|------|------|-----|
| | Deler ikke | MSN | P2P | Web |
| 1 til 25 låter | 48,6 | 27,5 | 26,1 | 2,1 |
| 25 til 100 låter | 25,7 | 41,9 | 55,4 | 2,7 |
| over 100 låter | 34,8 | 32,6 | 39,1 | 4,3 |

Den gruppen hvor den største andelen av fildelere er representert er som tabellen viser ikke blant de respondentene som laster ned mest musikk, men i den midterste gruppen, hvor hele tre av fire respondenter deler musikk, hovedsakelig ved hjelp av personlige kommunikasjonssystemer og P2P-applikasjoner.

Forskjellene på gutter og jenter i forhold til tilgjengeliggjøring av musikkfiler er nokså store:

Tabell 5.1.2-2: Deling av filer blant nedlastere fordelt på kjønn, i prosent

| Kjønn | Tilbyr filer til nedlasting ²³ | | | Total |
|-------------------|---|-------------|-------------|------------|
| | Ikke svart | Nei | Ja | |
| Menn | 0,7 | 29,8 | 69,5 | 100,0 |
| Kvinner | 8,8 | 46,3 | 44,9 | 100,0 |
| <i>Differanse</i> | <i>8,1</i> | <i>16,5</i> | <i>24,7</i> | <i>I/T</i> |

Mens omtrent 70 % av guttene som laster ned musikk deler musikkfilene sine med andre, er det kun 45 % av jentene som oppgir det samme. Dessuten er det er det påfallende stor differanse mellom ’ikke svart’-andelen blant gutter og jenter, en betydelig større andel jenter har ikke svart på dette spørsmålet.

²³ Prosentandel er prosentandel av nedlastere, ikke av hele populasjonen

Forskjellene mellom gutter og jenter hva tilgjeliggjøring av musikkfiler angår stopper imidlertid ikke her, også i forhold til hva slags applikasjoner gutter og jenter deler musikkfiler i er det betydelige forskjeller:

Tabell 5.1.2-3: Valg av applikasjon for deling av filer fordelt på kjønn, i prosent

| Kjønn | Programmer som brukes for å dele musikk | | | |
|------------|---|------|-----|----------------|
| | MSN | P2P | Web | Flere systemer |
| Menn | 26,1 | 97,1 | 2,9 | 24,6 |
| Kvinner | 63,9 | 45,9 | 8,2 | 18,0 |
| Differanse | 37,8 | 51,2 | 5,3 | 6,6 |

Mens hovedtyngden av jentene som oppgir at de deler musikkfilene sine gjør dette med systemer som *MSN Messenger*, bruker så godt som alle de guttene som deler musikk P2P-applikasjoner, og den prosentvise differansen mellom gutter og jenter er svært stor for begge disse to systemene. Dette funnet er betydelig, ikke minst fordi det antyder noe om hvem de unge deler musikkfiler med, fordi mens deling i P2P-applikasjoner i praksis betyr at man tilbyr filer til nedlasting offentlig, foregår deling i systemer som MSN Messenger hovedsakelig mellom få mennesker man som regel kjenner identiteten til.

Noe som er svært interessant her, er at det faktisk er en andel av respondentene som oppgir at de deler musikkfilene sine på web. I lys av hvor streng kontrollen med privatpersoners webdistribusjon av kopibeskyttet materiale er, ikke minst fra Internettilydernes side, kan dette fortone seg rart. Imidlertid er det ikke umulig at den fildelingen som foregår på web er innenfor lovlige rammer, for eksempel er distribusjon av egenprodusert musikk på tjenester som NRKs *Urørt* en type deling som foregår på Web. At det blant de 336 respondentene finnes noen som har sitt eget musikkmateriale ute på en slik tjeneste er ikke usannsynlig, ikke minst tatt i betraktning at *Urørt* alene omfatter over 9000 norske artister og band (Batzer og Skogly 2005) som er uten tilknytning til musikkindustrien. Av de 8 respondentene som oppgir at de deler musikk på web, oppgir dessuten 5 at de spiller musikkinstrumenter.

5.1.3 Mot en fildelingsdemografi; hvem laster ned og deler musikk?

Et viktig mål med undersøkelsen jeg har gjennomført har vært å identifisere en del egenskaper ved respondentene for å i større grad kunne tilnærme meg hva som karakteriserer de ungdommene som laster ned og deler musikk på Internett i forhold til de som ikke gjør det.

Kjønn er en faktor som allerede vist er av liten betydning for hvorvidt respondentene laster ned musikk eller ikke, og selv om jenters nedlastingsvolum i noen grad er lavere enn hva som er typisk

blant guttene, er heller ikke denne forskjellen markant. Derimot er det betydelig mye vanligere at gutter deler musikk enn hva jenter gjør, og det er også en markant forskjell på hvilke systemer gutter og jenter deler musikkfiler i.

Disponibel inntekt er en faktor man skulle kunne forvente at har betydning for hvorvidt de unge laster ned musikk eller ikke. Om det er slik at nedlasting primært brukes som et substitutt for kjøp av musikk, vil man kunne forvente at de respondentene som har det trangest økonomisk sett lettere vil erstatte musikkjøp med nedlasting, for å kunne bruke mer penger på andre typer medieprodukter det ikke finnes gratis substitutter for. Resultatene man får ved å sammenlikne variablene ”egeninntekt” og ”husstandsinnkt” med hvorvidt respondentene laster ned musikk eller ikke gir ikke resultater som er i tråd med denne forventningen:

Tabell 5.1.3-1: Egen inntekt i forhold til nedlasting, i prosent

| | Egen inntekt | | | | Total |
|-----------------|----------------|--------------------|---------------|-------|-------|
| | Over 75 000 kr | 20 000 - 75 000 kr | 0 - 20 000 kr | Ingen | |
| Lastet ned | 81,3 | 87,6 | 88,4 | 76,2 | 84,0 |
| Ikke lastet ned | 18,8 | 12,4 | 11,6 | 23,8 | 16,0 |
| Total | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 |

Tabell 5.1.3-2: Husstandens inntekt i forhold til nedlasting, i prosent

| | Husstandens inntekt | | | | | Total |
|-----------------|------------------------|------------------------|----------------------|----------------|----------|-------|
| | 1 000 000 kr eller mer | 600 000 - 1 000 000 kr | 300 000 - 600 000 kr | 0 - 300 000 kr | vet ikke | |
| Lastet ned | 92,3 | 82,7 | 85,3 | 88,4 | 77,5 | 84,0 |
| Ikke lastet ned | 7,7 | 17,3 | 14,7 | 11,6 | 22,5 | 16,0 |
| Total | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 |

Disse to tabellene viser derimot liten sammenheng mellom nedlasting og inntekt. Ser man på egeninntekt viser det seg at de to gruppene som laster ned mest, er de med høyest og de med ingen inntekt. Ser man på husstandens inntekt er disse tallene temmelig like, de to gruppene som har størst nedlastingsandel er også der den minste og den største inntektsgruppen, men til tross for likheten mellom de to tabellene, er det vanskelig å finne en plausibel forklaring på dette. Det som imidlertid må fremheves er at det i begge tabellene er nokså små forskjeller på nedlastingsandelen innenfor de forskjellige gruppene.

For å få et bedre bilde av hvorvidt respondentenes disponible økonomiske kapital har noen innvirkning på hvorvidt de laster ned musikk eller ikke, kan det være relevant å kombinere de to variablene. For å undersøke hvorvidt samspillet mellom egeninntekt og husstandsinnkt har effekt

på nedlasting av musikk, har jeg valgt å konstruere en økonomiindeks ved å gi verdiene innenfor de to variablene et tall fra 1 til 4, for deretter å la summen av de to variablenes tall danne en ny variabel. Dette tallet varierer mellom 2 og 8, hvor 2 representerer lavest disponibel økonomisk kapital mens 8 representerer høyest disponibel økonomisk kapital. Det må bemerkes at en slik indeksering kun er av teoretisk interesse, og at anvendelse av en slik indeks rimeligvis ignorerer en del forhold man kan anta at kan være gjeldende. Et problem med en slik teoretisk variabel er at den sidestiller egen inntekt med husstandsinntekt selv om samspillet mellom de to variablene kan være mer kompleks; man kan for eksempel anta at hvor mye en 18-åring disponerer av husstandens inntekt varierer med egeninntekten. Økonomiindeksvariabelen gir likevel et visst inntrykk av respondentenes disponible økonomiske kapital, og interessant nok følger fordelingen av nedlastere og ikke-nedlastere et annet mønster når man sammenlikner økonomiindeksen med nedlasterandelen. Det er ikke ytterpunktene på denne indeksen som har den høyeste nedlasterandelen, derimot er det en tendens til at respondenter med høyere ”score” på økonomiindeksen har noe høyere nedlasterandeler enn de med lav score. Derimot er ikke tendensen sterk nok til at man kan konkludere med at denne sammenhengen er av noen vesentlig betydning, og tatt i betraktning at forskjellene i nedlasterandel er så små som de er mellom hver enkelt inntektskategori, tyder dette på at inntekt ikke er av noen vesentlig betydning for hvorvidt respondentene laster ned musikk eller ikke.

En faktor som har vesentlig større betydning for hvorvidt man laster ned musikk eller ikke er tilgangen til datautstyr og Internett hjemme, noe som i og for seg ikke er overraskende tatt i betraktning at musikknedlasting avhenger av datautstyr og Internett. Som forventet er andelen nedlastere størst blant respondentene med tilgang på bredbåndstilknytning, og disse respondentene har også et betydelig større nedlastingsvolum; mens til sammen 49,5 % av bredbåndsbrukerne oppgir at de har lastet ned mer enn 25 låter, er det bare 15,1 % av oppringtbrukerne som oppgir det samme. Tilgang på egen datamaskin kan også virke som en faktor, særlig blant de ivrigste nedlasterne. Blant bredbåndsbrukerne er andelen med tilgang til egen datamaskin som oppgir at de lastet ned 100 eller flere låter sist måned, svært mye større enn den tilsvarende andelen blant de som oppgir at de har tilgang til familiens datamaskin. 29,7 prosent av de som har tilgang til egen datamaskin lastet ned mer enn 25 låter sist måned, kontra 10,8 prosent av de som har tilgang til familiens datamaskin.

Tabell 5.1.3-3: Nedlastingsvolum i forhold til datamaskintilgang, i prosent

| Internett- og datamaskintilgang | | Antall låter sist måned | | | | | Total |
|---------------------------------|--------------|-------------------------|-------------|-------------|-------------|---------------------|------------|
| | | 250+ | 100-250 | 25-100 | 1-25 | Har ikke lastet ned | |
| Bredbånd | Egen | 9,0 | 20,7 | 27,0 | 36,0 | 7,2 | 100 |
| | Familens | 3,6 | 7,2 | 30,1 | 48,2 | 10,8 | 100 |
| | <i>Total</i> | <i>6,6</i> | <i>14,8</i> | <i>28,1</i> | <i>40,8</i> | <i>9,7</i> | <i>100</i> |
| Oppringt Internett | Egen | 0,0 | 3,0 | 12,1 | 66,7 | 18,2 | 100 |
| | Familiens | 0,0 | 4,5 | 9,0 | 59,7 | 26,9 | 100 |
| | <i>Total</i> | <i>0,0</i> | <i>4,0</i> | <i>10,9</i> | <i>61,4</i> | <i>23,8</i> | <i>100</i> |
| Ikke Internett | Ikke tilgang | 0,0 | 0,0 | 22,2 | 22,2 | 55,6 | 100 |

Det neste steget i kartleggingen av hva som er karakteristisk for de som laster ned musikk kontra de som ikke gjør det, er å undersøke interesseområder. Den første måten å gjøre dette på er å undersøke studieretning, og som tabellen under viser, kan det virke som om studieretning kan ha en viss betydning hva nedlasting angår:

Tabell 5.1.3-4: Nedlastingsvolum i forhold til studieretning, i prosent

| Studieretning | Antall låter sist måned | | | | | | Total |
|-------------------------------------|-------------------------|---------|--------|------|-------------------|---------------------|-------|
| | 250+ | 100-250 | 25-100 | 1-25 | Totalt lastet ned | Har ikke lastet ned | |
| Allmenn/Økonomisk/ administrativ | 3,5 | 9,9 | 21,8 | 46,5 | 81,7 | 18,3 | 100 |
| Yrkesfaglig | 5,0 | 11,3 | 25,0 | 42,5 | 83,8 | 16,3 | 100 |
| Musikk/dans/drama | 2,2 | 12,4 | 9,0 | 65,2 | 88,8 | 11,2 | 100 |

Allmennfagene og yrkesfaglige studieretninger har noe mindre nedlasterandeler enn hva studieretningene innenfor musikk, dans og drama har, noe som kan antyde at interesse for musikk kan ha betydning for hvorvidt man laster ned musikk eller ikke. Paradoksalt nok er det samtidig slik at blant de som laster ned, er prosentandelen som lastet ned mer enn 25 låter vesentlig mye mindre blant elevene innenfor musikk, dans og drama enn innenfor de to andre representerte studieretningene; mens 43 % av nedlasterne på allmennfag og 49 % av nedlasterne på yrkesfag hevder at de laster ned 25-100 låter eller mer, er det bare 27 % innenfor musikkfag som oppgir det samme.

I besvarelsene har respondentene blitt bedt om å karakterisere sin egen musikkinteresse i en skala på fire punkter fra "ikke interessert" til "veldig interessert", og med utgangspunkt i svarene fra dette spørsmålet kan musikkinteresse sammenliknes med nedlasting. Det denne sammenlikningen viser styrker teorien om at musikkinteresse har betydning for hvorvidt man laster ned musikk fra Internett eller ikke, for mens 89 % av de som oppgir at de er "svært musikkinteresserte" og 82 % av de som oppgir at de er "ganske musikkinteresserte" har lastet ned musikk, er det bare 65 % av

de som oppgir at de er ”litt musikkinteresserte” som har lastet ned musikk²⁴. Desto mer interessant er det at i motsetning til hva tallene for studieretning antyder kan musikkinteresse også knyttes til hvor mange låter respondentene oppgir at de har lastet ned. Som diagram 2 (vedlegg 2) viser er det en betydelig større del av respondentene som oppgir at de er ”ganske” eller ”svært” musikkinteressert som også oppgir at de laster ned 25 eller flere låter enn hva det er blant respondentene som oppgir at de er ”litt” musikkinteressert. Mens henholdsvis 36 og 47 prosent av ”ganske” eller ”svært” musikkinteresserte oppgir at de har lastet ned 25 eller flere låter sist måned, er det bare 8 % av de ”litt” musikkinteresserte som oppgir det samme.

Statistikken som knytter nedlastingsvolum til musikkinteresse reflekteres som tabellen viser til en viss grad når man sammenlikner antallet låter lastet ned sist måned med lytting til musikk en tilfeldig dag (definert i spørreundersøkelsen som ”i går”):

Tabell 5.1.3-5: Nedlastingsvolum i forhold til tid brukt på lytting til musikk

| Musikkforbruk i går (i %) | Antall låter sist måned | | | | | Uavhengig av nedlastingsvolum |
|---------------------------|-------------------------|---------|--------|------|---------------------|-------------------------------|
| | 250+ | 100-250 | 25-100 | 1-25 | Har ikke lastet ned | |
| 0-30 min | 7,7 | 5,7 | 12,5 | 24,2 | 21,1 | 18,4 |
| 30 min - 2t | 0,0 | 37,1 | 34,7 | 28,8 | 45,6 | 32,8 |
| over 2 t | 92,3 | 57,2 | 52,8 | 47,0 | 33,3 | 48,8 |
| Total | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 |

Interesse for data viser seg også å være en faktor som samsvarer med musikknedlasting. Andelen som ikke laster ned musikk er størst blant de som oppgir at de ikke er interessert i data i det hele tatt, mens andelen ikke-nedlastere avtar etter hvert som datainteressen øker. Mens 77 % av de som er helt uinteressert i data laster ned musikk, laster oppgir hele 91 % av de som karakteriserer seg selv som svært datainteresserte det samme. Det er også samsvar mellom Internettbruk og musikknedlasting, både i forhold til hvor mye tid som investeres og i forhold til hvor mange aktiviteter respondentene har brukt Internett til:

Tabell 5.1.3-6: Nedlastingsvolum i forhold til tid brukt på Internett, i prosent

| Antall låter lastet ned sist måned (i %) | Antall timer brukt på Internett sist uke | | | | | Totalt |
|--|--|------------|-----------|---------------|-------------------|--------|
| | over 21 timer | 7-21 timer | 2-7 timer | Under 2 timer | Ikke på Internett | |
| 250+ | 14,3 | 64,3 | 21,4 | 0,0 | 0,0 | 100 |
| 100-250 | 23,5 | 8,8 | 41,2 | 26,5 | 0,0 | 100 |
| 25-100 | 5,6 | 30,6 | 33,3 | 30,6 | 0,0 | 100 |
| 1-25 | 2,7 | 15,8 | 37,7 | 32,2 | 11,6 | 100 |
| Ikke lastet ned | 7,3 | 5,5 | 20,0 | 50,9 | 16,4 | 100 |

²⁴ Ingen av de 333 respondentene oppgir ”ikke i det hele tatt” på spørsmålet om musikkinteresse

Tabell 5.1.3-7: Nedlastingsvolum i forhold til antall Internettaktiviteter, i prosent

| Antall låter lastet ned sist måned (i %) | Antall internettaktiviteter sist uke | | | Totalt |
|--|--------------------------------------|---------------|-------------|--------|
| | Få (1-3) | Moderat (4-6) | Mange (7-9) | |
| 250+ | 16,7 | 75,0 | 8,3 | 100 |
| 100-250 | 47,1 | 41,2 | 11,8 | 100 |
| 25-100 | 36,1 | 51,4 | 12,5 | 100 |
| 1-25 | 66,4 | 31,5 | 2,0 | 100 |
| Ikke lastet ned | 91,2 | 8,8 | 0,0 | 100 |

Som tabellene viser er antallet timer brukt på Internett sist uke svært mye høyere blant nedlastere og blant ivrige nedlastere i særdeleshet enn blant ikke-nedlastere; mens hele 87 % av ikke-nedlasterne har tilbrakt mindre enn 7 timer på Internett sist uke, er de tilsvarende andelene for respondentene som lastet ned mellom 25 og 100 låter og for de som lastet ned over 250 låter sist måned henholdsvis 64 og 21 prosent. En tilsvarende tendens er å finne igjen i data om hvor mange Internettaktiviteter respondentene har bedrevet sist uke; mens de fleste ikke-nedlasterne befinner seg innenfor gruppen ”få” internettaktiviteter har mer enn halvparten av de som har lastet ned over 25 låter sist måned bedrevet ”moderat” eller ”svært mange” forskjellige aktiviteter.

5.1.4 Oppsummering

Materialet fra undersøkelsen viser at svært mange unge har lastet ned og laster ned musikkfiler fra Internett. Omtrent 4 av 5 av de spurte oppgir at de en gang eller mer har lastet ned musikk. Andelen som har lastet ned musikk en gang eller mer er omtrent like høy blant gutter som blant jenter, heller ikke husstandens eller personlig økonomi synes å ha noe særlig betydning for hvorvidt en gruppe unge har høy eller lav nedlasterandel. Disse bakgrunnsvariablene synes heller ikke å vise noe markant mønster i forhold til respondentenes nedlastingsvolum. Nedlasting i stort så vel som lite volum virker omtrent like vanlig både innenfor grupper av forskjellige økonomiske disposisjoner og blant begge kjønn.

Imidlertid laster de færreste ungdommene i undersøkelsen ned særlig mye musikk. En stor gruppe fildelere hevder å ha lastet ned få (mellom 1 og 25) låter sist måned, og det kan virke som om disse nedlasterne har et mer sporadisk forhold til fildeling. Mens mellom 75 og 90 % av de som lastet ned over 25 låter sist måned oppgir å ha lastet ned musikk ”sist uke”, er det kun 33 % av de som har lastet ned mellom 1-25 låter som oppgir det samme. Gruppen som har lastet ned få låter sist måned, deler sjeldnere filer med andre, verken ved bruk av personlige kommunikasjonsapplikasjoner eller P2P og har statistisk både mindre datainteresse og mindre musikkinteresse.

Et sentralt funn er at det er liten forskjell på hvor mange gutter og jenter som bruker Internett for å dele filer, og det er heller ikke vesentlige kjønnsmessige forskjeller når det gjelder nedlastingsvolum sist måned. Derimot er forskjellene kjønnene i mellom større med hensyn til tilgjengeliggjøring av musikkfiler og ikke minst når det gjelder *valg av system* for deling av musikkfiler. Mens nesten alle guttene som deler musikk på nett gjør dette med P2P-systemer, bruker svært mange jenter personlige meldingssystemer som MSN Messenger for å dele musikk. Dette skillet i systemvalg er svært interessant i en mediefaglig sammenheng fordi disse systemvalgene har konsekvenser for hvordan og med hvem interaksjon i forbindelse med fildeling foregår. Personlige kommunikasjonssystemer som MSN Messenger er lukkede nettverk som er basert på kommunikasjon mellom to parter som i de fleste tilfeller kjenner hverandres identitet fra før, og oftest fra geografisk og sosialt forankrede settinger som skole, nærmiljø eller arbeidsplass. P2P-nettverk er derimot nettverk i stor skala, som har full anonymitet, som i liten grad er basert på samtale og som ikke har noen form for geografisk eller sosial base. Grovt sett kan man si at dette systemskillet antyder at til tross for at gutter og jenter laster ned musikk i like stor grad, så er det en vesensforskjell i måten de tilnærmer seg teknologien på. Guttene kan synes å ha en teknisk, instrumentell tilnærming til bruk av Internett for å dele filer, guttene deler filer i store fellesskap som har som hovedhensikt å distribuere et størst mulig utvalg musikkfiler så effektivt som mulig. Jenter kan derimot synes å ha en mer interaksjonistisk tilnærming til fildeling, da fildeling oftere foregår i systemer som i større grad er basert på kommunikasjon og på eksisterende relasjoner. Disse forskjellene er karakteristiske for gutter og jenters forskjellige tilnærming til IKT i det store og det hele, og Merethe Lie påpeker i en artikkel at jenter forholder seg til IKT-teknologi på en annen måte enn gutter, og nettopp det interaksjonistiske aspektet er en viktig forskjell mellom gutter og jenters tilnærming til denne typen teknologi(Lie 2002:163).

5.2 BRUK AV MUSIKKfiler

Et aspekt ved fildeling som har vært lite problematisert i mediedekning og i industriens fremstillinger av hvordan fildeling er i ferd med å påføre musikkverdenen alvorlige skader, er hvordan filene som lastes ned fra Internett faktisk brukes. I mange av industriens og industriens rettighetsorganisasjoners fremstillinger impliseres det at alle nedlastede filer brukes som en erstatning for musikk solgt i fysiske distribusjoner. Imidlertid er det ikke vanskelig å tenke seg at nedlasting av musikk også kan ha andre bruksområder.

5.2.1 Forholdet mellom nedlasting og musikk i fysiske distribusjoner

Et første skritt for å undersøke hvordan ungdom bruker musikkfilerne sine, om musikkfiler fungerer subsidiært eller supplerende til musikk i fysiske distribusjonsformer, er å se på hvordan eierskap av musikk i tradisjonelle distribusjonsformer fordeler seg i blant respondentene organisert etter nedlastingsvolum sist måned:

Tabell 5.2.1-1: Antall CD-er i CD-samling etter nedlastingsvolum, i prosent

| Antall låter sist måned | Hvor mange CD-er i CD-samling | | | | Total |
|-------------------------|-------------------------------|-------|--------|----------|-------|
| | 0-25 | 25-75 | 75-150 | Over 150 | |
| 250+ | 30,8 | 23,1 | 0 | 46,2 | 100 |
| 100-250 | 25,0 | 25,0 | 16,7 | 33,3 | 100 |
| 25-100 | 9,6 | 38,4 | 28,8 | 23,3 | 100 |
| 1-25 | 18,5 | 38,4 | 24,0 | 19,2 | 100 |
| Har ikke lastet ned | 26,3 | 50,9 | 14,0 | 8,8 | 100 |
| Uavhengig av nedlasting | 19,1 | 38,5 | 21,5 | 20,9 | 100 |

Disse dataene viser at det helt klart er flere nedlastere enn ikke-nedlastere som befinner seg i de to øverste kategoriene for CD-eierskap, altså 75 CD-er eller mer. Differansen i prosentandel mellom nedlastere og ikke-nedlaster er så stor at man kan anta at nedlastere sannsynligvis eier mer musikk i tradisjonelle distribusjonsformater i gjennomsnitt enn hva respondentene som ikke laster ned musikk gjør. Dette funnet er mindre overraskende sett i lys av at ikke-nedlasterne som vist i forrige kapittel statistisk sett sjeldnere er musikkinteresserte og bruker mindre tid på å lytte til musikk. Det er også interessant at jo større respondentenes nedlastingsvolum er, jo større er sannsynligheten for at de eier over 150 CD-er.

Minst like interessant er det imidlertid å observere at andelen som eier mindre enn 25 CD-er er såpass stor i blant de som laster ned over 100 låter i måneden, ikke minst siden gruppene som lastet ned 100 til 250 låter og over 250 låter sist måned også er de gruppene hvor man finner den største andelen som eier svært mange CD-er. At drøyt en av fire respondenter som ikke laster ned musikk oppgir at de eier under 25 CD-er, lar seg etter min mening forklare med at denne gruppa som tidligere vist består av flere som er lite interessert i musikk sammenliknet med resten av respondentene. At mer enn en av fire respondenter som oppgir at de lastet ned mer enn 100 låter sist måned eier svært få eller ingen CD-er, kan derimot heller tvilsomt tilskrives manglende interesse for musikk. En mulighet kan være at denne gruppen lyttere i stor grad har beveget seg bort fra CD-spillere som avspillingsmedium for musikk til fordel for datamaskin og bærbare musikkavspillingsmedier, eller at disse respondentene aldri har hatt noe forhold til musikk

distribuert i tradisjonelle medier i det hele tatt. Denne teorien kan til en viss grad bekreftes ved å se på hvor mange i denne gruppen som eier MP3-spiller kontra de som eier flere CD-er:

Tabell 5.2.1-2: Eierskap av MP3-spiller i forhold til antall CD-er i CD-samling, i prosent

| Antall CD-er i CD-samling | Eier MP3-spiller: | | |
|---------------------------|-------------------|------|------------------------|
| | Nei | Ja | Har flere MP3-spillere |
| 0-25 | 41,9 | 58,1 | 8,1 |
| 25-75 | 49,2 | 50,8 | 16,9 |
| 75-150 | 32,9 | 67,1 | 24,7 |
| +150 | 33,3 | 66,7 | 37,7 |
| Uavhengig av CD-eierskap | 40,9 | 59,1 | 21,3 |

Som tabellen viser, er det en større prosentandel av de som eier 0-25 CD-er som har dedikert avspillingsutstyr for musikkfiler til tross for at denne gruppen statistisk sett har lavere musikkinteresse enn gruppen som sjeldnest har slikt avspillingsutstyr, altså de som eier mellom 25 og 75 CD-er. Riktignok er ikke andelen som eier MP3-avspillingsutstyr blant de med få eller ingen CD-er like høy som blant de som eier 75 eller flere CD-er, og samtidig er det slik at andelen som har *flere* MP3-spillere korrelerer nesten absolutt²⁵ med CD-eierskap, så dette bildet er på ingen måte entydig.

Mange av respondentene i undersøkelsen som laster ned musikk oppgir at de en gang eller mer har kjøpt musikk de først har lastet ned:

Tabell 5.2.1-3: Kjøp av musikk etter nedlasting i forhold til nedlastingsvolum, i prosent

| Kjøpt CD etter nedlasting (i %) | Antall låter sist måned | | | | Total |
|---------------------------------|-------------------------|---------|--------|------|-------|
| | 250+ | 100-250 | 25-100 | 1-25 | |
| Ja | 30,8 | 73,5 | 56,2 | 67,6 | 63,4 |
| Nei | 69,2 | 26,5 | 43,8 | 32,4 | 36,6 |
| Total | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 |

Som tabellen viser er det med den gruppeinndelingen ingen lineær sammenheng mellom kjøp av musikk etter nedlasting og nedlastingsvolum; andelen av nedlastere som oppgir at de kjøper musikk etter nedlasting er størst blant de som laster ned lite (1-25 låter sist måned) og blant en gruppe som laster ned mange filer (100-250 filer sist måned), mens de som laster ned svært mye musikk (over 250 låter sist måned) har en markert lavere andel som oppgir det samme. En interessant utdyping av disse dataene får man om man også trekker inn variabelen ”antall CD-er i samling” som presentert i denne tabellen:

²⁵ Hvis man lar det første tallet i hver kategori representere kategorien (0,25,75 og 150), korrelerer disse tallene med prosenttallene for eierskap av flere MP3-spillere med 0,99.

Tabell 5.2.1-4: Kjøp etter nedlasting, fordelt på nedlastingsvolum og CD-antall, i prosent

| Antall CD-er i CD-samling Kjøpt musikk etter nedlasting | | Antall nedlastede låter sist måned | | | Total – uavhengig av antall nedlastede låter |
|--|---------------------|------------------------------------|--------|------|--|
| | | 1-25 | 25-100 | 100+ | |
| 0 til 25 (N=47) | Nei | 64,3 | 50 | 69,2 | 63,3 |
| | Ja | 35,7 | 50 | 30,8 | 36,7 |
| | - hvorav "ja ofte" | 0 | 14,3 | 23,1 | 8,3 |
| | Total | 100 | 100 | 100 | 100 |
| 25 til 75 (N=93) | Nei | 22,2 | 37 | 16,7 | 25,8 |
| | Ja | 77,8 | 63 | 83,3 | 74,2 |
| | - hvorav "ja, ofte" | 9,3 | 3,7 | 41,7 | 11,8 |
| | Total | 100 | 100 | 100 | 100 |
| over 75 (N=124) | Nei | 27,4 | 47,4 | 30,4 | 34,1 |
| | Ja | 72,6 | 52,6 | 69,6 | 65,9 |
| | - hvorav "ja, ofte" | 30,2 | 13,2 | 8,7 | 21 |
| | Total | 100 | 100 | 100 | 100 |

Denne tabellen viser at den gruppen som i minst grad kjøper musikk etter nedlasting er de respondentene som eier få eller ingen CD-er, noe som ikke er så unaturlig da dette er en gruppe som åpenbart kjøper lite musikk på CD-er. Blant de som eier mer enn 25 CD-er er derimot andelen som har kjøpt musikk etter nedlasting stor, og blant de respondentene som laster ned svært mye musikk, altså over 100 låter sist måned, er andelen som har kjøpt musikk etter nedlasting ubetydelig forskjellig fra den tilsvarende andelen av de som laster ned lite musikk. Imidlertid presenterer heller ikke denne tabellen et entydig bilde av hvordan de tre variablene henger sammen.

5.2.2 Forhold til format; har de tradisjonelle formatene utspilt sin rolle?

En interessant diskusjon i forhold til både fremveksten av musikknedlasting i lovlig så vel som mer tvilsomme former og i forhold til salgsnedgangen musikkindustrien har opplevd er hvorvidt årsakene til dette kan ligge i at selve album- og singelformatet har utspilt sin rolle. Tallene som presenteres i denne avhandlingen indikerer at det til tross for at mange unge fremdeles har store platesamlinger, så finnes det unge som i liten grad forholder seg til musikk distribuert i fysisk form; ungdom som interesserer seg for og lytter mye til musikk men som eier ingen eller svært få CD-er. Denne gruppen anskaffer musikk via Internett, har musikksamlingen sin på harddisker og benytter seg av dedikert MP3-avspillingsutstyr i tillegg til datamaskinen for å lytte til musikken sin. Det kan absolutt være tenkelig at disse musikkbrukerne, som sitatet i oppgavens innledning uttrykker det, ikke oppfatter musikk knyttet til de formatmessige rammene tidligere generasjoner er vant med å oppfatte musikk knyttet til, og at denne manglende forbindelsen til de "gammeldagse" formene

gjør det lettere å i stor grad basere seg på nedlasting av enkeltstående låter som hovedkanal for musikkdistribusjon.

I Dag Grønnestads artikkel ”*to be on the net or not to be*” viser Grønnestad gjennom en utførlig historisk gjennomgang av albumformatene fra de ensidige fire minutters Monarch-platene som ble introdusert i 1900 til 1990-tallets 70-minuttersstandard CD-en at albumformatet og de forskjellige fysiske musikkdistribusjonsmediene har utviklet seg med en klar og tydelig tendens; ”*stadig større mengder musikk samles i en salgsenhet*” (Grønnestad 1999:8). Grønnestad argumenterer for at nye formater ikke hovedsakelig har blitt utviklet for bedre å fasilitere artistene, komponistenes og musikkens behov, til tross for at man kan argumentere for at utviklingen av de lengre formatene som den tosidige LP-en og i sin tur CD-en er formater som nok har vært påvirket av musikalske behov for å yte klassiske musikkverk rettferdighet. Den musikken som det selges mest av i dagens musikkmarked er kun unntaksvis avhengig av et presentasjonsformat som rommer 70 minutter musikk, og som Grønnestad påpeker er populærmusikk åpenbart relativt fleksibel med hensyn til distribusjonsformat, noe som ikke minst kan relateres til at denne typen musikk også er laget med hensyn til å presenteres i fjernsyn og radio. Likevel dominerer albumformatet som medium for fysisk distribusjon, og Grønnestad argumenterer for at dette først og fremst er av økonomiske hensyn, at den utstrakte bruken av formatet kan knyttes opp i mot markedsstrategien han kaller for ”*bundling*”. For å forklare hva som ligger i begrepet ”*bundling*” i musikkindustrien og hva som er årsaken til at en slik strategi, er det nødvendig å forstå en essensiell ting om hvordan musikkmarkedet fungerer; nemlig at det både er svært mange faktorer og tilfeldigheter som avgjør hvilken låt eller hvilken musikk som slår an. Kostnadene ved å produsere og å gi ut en enkelt låt er svært høye, og ved ”*bundling*” - altså å bruke den forpakkingsstrategien som et album representerer fordeler man den økonomiske risikoen over flere låter, som dermed kan tilbys forbrukeren til en relativt sett rimeligere penge per låt enn hva enkeltlåter ville ha kostet om den økonomiske risikoen hadde vært minimert gjennom prissetting. Grønnestad påpeker at albumformatet også har en rekke andre økonomiske fordeler for musikkindustrien, blant annet ved at annonseutgiftene fordeles på flere låter (Grønnestad 1999:13).

Det interessante med Grønnestads argument er at musikken som sådan, og populærmusikken i særdeleshet ikke kreativt og musikalsk sett er avhengig av de tradisjonelle formatene for sin eksistens. For musikkindustrien derimot har albumet vært en svært viktig strategi for å sikre økonomisk overskudd og fortsatt drift, og det er i så måte ikke vanskelig å forstå at musikknedlasting fra Internett oppleves som en trussel for industrien.

Digital lagringsteknologi og distribusjon ligger an til å sprengte en av musikkindustriens viktigste strategier for å redusere risikoen ved å gi ut musikk: albumet. Med den hastigheten folk flest har på Internett-oppkoblingen sin, er det naturligvis vanskelig å tro at musikknedlasting over telefonlinjene vil bli noe utbredt fenomen med det første. Men når kapasiteten tillater det, er det bare et spørsmål om tid før album-formatet forvitrer[...] Når materialet, plastikken, som fysisk binder låtene sammen forsvinner, vil låtene kunne fremstå som nettopp en samling låter, som fysisk atskillelige uten noen nødvendig indre sammenheng (Grønnestad, 1999:16)

Ikke bare forsvinner vederlag for avspilte og nedlastede låter gjennom industriens fingre fordi de ulovlige eller juridisk tvilsomme fildelingssystemene så langt er et hakk bedre, mer fleksible og bedre fungerende enn industriens egne betaltjenester. Fildelingen representerer en trussel for den markedsstrategien industrien har vært strukturert rundt siden vinylplatene ble tosidige i 1908 for å uttrykke det litt populistisk. Grønnestad nyanserer selvsagt argumentet noe i artikkelen, og hevder verken at musikkindustrien kommer til å ta sin død på grunn av Internett, at albumformatet kommer til å ta sin død på grunn av Internett eller at Internett vil kunne komme til å bli totalløsningen for musikkindustrien, ikke minst all den tid industrien i likhet med andre industrier allerede har hatt hell med å finne flere bein å stå på, Grønnestads oppfatning er at Internett først og fremst kan ha en styrke som et nisjemarked og eventuelt vil kunne ta over singelmarkedet og noe av katalogsalget (Grønnestad 1999:19) Imidlertid kan det synes vanskelig å la være å reflektere litt over akkurat dette; gjør Internett at de tradisjonelle albumformatene står for fall?

Som Grønnestad påpeker er populærmusikkens låtformat ikke strengt tatt avhengig av 70 minutters eller for den saks skyld 30 eller 17 minutters presentasjonsformater, med unntak av en del konseptalbum som tar seg fore å fylle formatets rammer med mer eller mindre ”symfonisk” populærmusikk eller låter som er satt sammen med et spesifikt tema, et narrativ eller med en annen indre sammenheng (eksemplene er selvfølgelig tallrike, fra Julian Berntzens ”*Waffy Town*” til Pink Floyd ”*The Wall*”). Populærmusikkens låtformat synes å ha vært mer eller mindre fiksert på 3-4 minutter i hele populærmusikkens historie, og etter min mening har både radio og de senere drøye 20 årene også fjernsynet hatt stor betydning for både opprettholdelsen av dette låtformatet, da kortere, enkeltstående låter passer bedre til etermedienes logikk hvor det gjelder i størst mulig grad å kunne favne og ikke minst beholde et så stort som mulig publikum innenfor de tross alt begrensede sendeflatene kanalene har til rådighet. Et viktig spørsmål i så måte er om den framveksten av kanaler som bruker hele eller deler av sendeflaten sin til musikk og musikkvideo som man har kunnet observere i Norge de senere årene, kan ha bidratt til å ta fokus ytterligere vekk fra albumkonseptet og over på enkeltlåtene. Om så er tilfelle vil dette absolutt kunne bidra til å forklare hva som gjør fildeling og musikknedlasting så attraktivt.

Det er interessant å observere hva survey-dataene kan antyde om disse forholdene. Av de spurte i undersøkelsen har omtrent 60 % oppgitt at de foretrekker albumformatet framfor samleplater, singler og enkeltlåter, og desto mer interessant er at dette tallet ikke er vesentlig lavere blant nedlasterne, slik man kanskje skulle tro; hele 59 % av nedlasterne har oppgitt at de foretrekker album framfor andre presentasjonsformater. Kun 12 % av de spurte i undersøkelsen oppgir at de foretrekker enkeltlåter, og av disse er det ingen som oppgir at de lastet ned over 250 låter i måneden, og kun 31 % av de som foretrekker enkeltlåter oppgir at de har lastet ned over 25 låter sist måned. Albumformatet foretrekkes altså framfor enkeltlåter i like stor eller større grad blant de som laster ned mye musikk som blant de som laster ned lite musikk eller ikke laster ned musikk i det hele tatt. Disse dataene står i kontrast med argumentene i Grønnestads artikkel; hos Grønnestad fremstilles albumformatets fremvekst som praktisk-økonomisk motivert og avhengig av at industriens ”enerett” til å bestemme hva som er den dominerende distribusjonsformen ikke rokkes ved. Så fort man ikke lengre er avhengig av industriens nåværende distribusjonsformer vil, den ”bundede” distribusjonsformen være en saga blott. Det denne fremstillingen ikke tar høyde for er at albumformatet slik dataene indikerer er nokså kjært for musikkpublikummet. Skal dataene i undersøkelsen tros rett, er det vanskelig å se for seg at Internett akkurat nå representerer en trussel for albumformatet all den tid de fleste som laster ned musikk hever at de foretrekker album framfor enkeltlåter. Faktisk står samlealbum som i de fleste sammenhenger er en presentasjonsform med et antall låter som i prinsippet er fysisk atskillelige med liten eller ingen indre sammenheng, høyere i kurs enn enkeltlåter; mens som nevnt ca. 12 % oppgir at de foretrekker enkeltlåter som distribusjonsform, oppgir ca. 25 % at de foretrekker samlealbum.

I Norstats panelundersøkelse om MP3 ble respondentene spurt om hva som er det beste med å kjøpe musikk lovlig. Det ble gitt åtte forskjellige svaralternativer, og respondentenes besvarelser fordelte seg som følgende;

Tabell 5.2.2-1: Hva som er best med musikk-CD-er, i prosent (Norstat 2005)

| | |
|--|----|
| Da slipper jeg å ha dårlig samvittighet | 4 |
| Det er lettere å få tak i musikken lovlig | 4 |
| Det går raskere å få tak i musikken lovlig | 2 |
| Jeg vil støtte artistene og platebransjen | 20 |
| Musikken har ofte bedre lyd når den kommer fra en lovlig sal | 13 |
| Det er tryggere for datamaskinen med lovlig nedlastning | 5 |
| Jeg samler på (original) CD-er | 12 |
| Foretrekker å ha originalcoveret | 31 |
| Vet ikke | 9 |

Interessant nok henviser mange til egenskaper ved de fysiske musikkdistribusjonene for å besvare dette spørsmålet, som tabellen viser oppgir nesten en av tre at omslaget er den ”beste” egenskapen ved kjøpt musikk, mens 12 % viser til distribusjonsformen som samleobjekt.

Selv om albumformatet åpenbart står nokså høyt i kurs blant de spurte, er det svært få som faktisk *laster ned* album fra Internett, til tross for at det finnes og har eksistert fra fildelingens begynnelse fildelingssystemer som tilrettelegger for deling av hele album (Marksten 2005). Kun 6 % av nedlasterne oppgir at de hovedsakelig laster ned album, mens 36 % oppgir at de laster ned ”litt av hvert” format, altså oppgir 58 % at de hovedsakelig eller kun laster ned enkeltlåter.

Tabell 5.2.2-2: Foretrukket distribusjonsformat fordelt på format mest nedlastet, i prosent

| Laster ned mest: | Foretrukket distribusjonsformat: | | | | Total |
|------------------|----------------------------------|------------|------------|-------------|-------|
| | album | Samlealbum | singel, EP | enkeltlåter | |
| Enkeltlåter | 58,8 | 22,3 | 3,4 | 15,5 | 100 |
| hele album | 75,0 | 18,8 | 0 | 6,2 | 100 |
| Litt av hvert | 59,8 | 26,4 | 8,0 | 5,7 | 100 |

Tabellen viser hvordan foretrukket distribusjonsformat er fordelt på nedlasterne gruppert etter hva slags format disse respondentene oppgir at de hovedsakelig laster ned fra Internett. Selv om det riktig nok er flere som foretrekker enkeltlåter som distribusjonsform blant de som hovedsakelig laster ned enkeltlåter og flere som foretrekker album som distribusjonsform blant de som hovedsakelig laster ned album, er det helt klart en hovedvekt av respondentene som foretrekker album som distribusjonsform uavhengig av hva respondentene laster ned mest av. Det mest interessante man kan lese ut av denne tabellen er etter min mening at albumformatene er så populære blant de som primært laster ned enkeltlåter, hele 81,1 % av disse oppgir at de foretrekker enten album eller samlealbum som distribusjonsform. I lys av det faktum at det utmerket godt er mulig å laste ned album fra Internett, kan det virke noe paradoksalt at nesten alle som laster ned enkeltlåter *egentlig* trives best med musikk distribuert i ”bundet” form. Dette kan komme av enkelte bakenforliggende praktiske årsaker, eksempelvis kan man tenke seg at det å laste ned enkeltlåter er enklere all den tid det tar kortere tid enn å laste ned album. Samtidig er det ingenting i det statistiske materialet som indikerer at de som laster ned enkeltlåter men foretrekker albumformater, i mindre grad enn andre har tilgang til ”raske” internetttilknytninger i form av ADSL eller andre typer bredbånd.

5.2.3 Nedlasting og forskjellige "typer" musikk

En tilnærming for å avdekke hvorvidt sampling kan representere en type bruk av musikknedlasting som man finner blant norsk ungdom, kan det være relevant å se på hva slags musikk respondentene i denne oppgavens undersøkelse oppgir at de hovedsakelig laster ned:

Tabell 5.2.3-1: Type musikk nedlastet i forhold til musikkinteresse, i prosent

| | Musikkinteresse | | | Uavhengig av musikkinteresse |
|---|-----------------|------------|------------|------------------------------|
| | Litt | Ganske mye | Veldig mye | |
| Musikk som går på MTV, Radio, etc. for tiden | 70,0 | 67,0 | 67,2 | 67,4 |
| Musikk som ikke har kommet ut enda | 20,0 | 26,4 | 32,1 | 28,5 |
| Musikk jeg har på andre medier fra før(CD, LP) | 33,3 | 17,9 | 29,8 | 25,5 |
| Musikk som ikke føres i vanlige platebutikker | 13,3 | 24,5 | 29,8 | 25,8 |
| Musikk jeg får anbefalt av andre og som jeg ikke har hørt før | 43,3 | 70,8 | 65,6 | 65,2 |

Kategorien som har den høyeste prosentandelen svar, ”*musikk som går på MTV, Radio, etc. for tiden*” kan i lys av Blackburn og Gopals poeng i utgangspunktet vanskelig være forenelig med noe annet enn nedlasting som substitutt for kjøp av musikk; man kan vanskelig se for seg at respondenter som oppgir at de laster denne typen musikk for første gang, er i kontakt med musikken når de laster den ned. Imidlertid er prosentandelen som oppgir svar som *er* forenelige med samplingteorien også nokså høye (”*musikk som ikke har kommet ut enda*”, ”*musikk jeg får anbefalt av andre [..]*”), og det er interessant å merke seg at andelen respondenter som har oppgitt en eller flere av disse kategoriene, er større blant de som oppgir at de er ”ganske” eller ”veldig” musikkinteresserte enn blant de som oppgir at de bare er ”litt” interesserte, samtidig som musikkinteresse synes å ha liten effekt på andelen som laster ned samtidig populærmusikk.

Et litt overraskende resultat i denne tabellen er at så vidt mange oppgir at de laster ned musikk de har på andre medier fra før. Uten at det er mulig å undersøke dette noe videre i denne sammenhengen rent statistisk sett, er det imidlertid flere mulige årsaker til dette; det kan eksempelvis være mange grunner til at man ønsker å ha musikkfiler av musikk man eier på tradisjonelle distribusjonsmedier; og bruk av de svært moteriktige MP3 og filavspillingsenhetene som for eksempel Apple iPod kan definitivt være en viktig årsak til dette. Mange av disse spillerne er i mye større grad mobile enn hva mobilt avspillingsutstyr for fysiske musikkdistribusjoner er, og formodentlig søker mange å kunne avspille favorittmusikken sin fra en slik spiller, og da også musikk som eies i fysisk form. Imidlertid er det flere faktorer av praktisk art som gjør det lettere å laste ned denne musikken enn å kopiere den fra den fysiske distribusjonen; for det første er det svært vanskelig å gjøre gode digitale reproduksjoner av musikk fra analoge lydmedier som vinyl og

kassett, og for det andre har innføringen av kopisperrer på CD-er gjort det mer tungvint å kopiere musikk fra CD til datamaskin. En annen grunn til denne typen bruk av nedlasting kan bero på spørsmål om tilgjengelighet, og at fildelingssystemene brukes på noe av den samme måten som Michael Robertsons MP3.com var ment å fungere, nemlig som et sentralarkiv som gjør at man kan ha tilgang til ens favorittmusikk overalt hvor en datamaskin er tilgjengelig uten å måtte ha med seg verken CD-er eller lagringsmedier av noe annet slag (Alderman 2002:119).

For ytterligere å kontrollere hvorvidt man kan påstå at norsk ungdom bruker P2P for å ”sample” musikk de seinere kjøper er det også interessant å se på hvilke musikktyper respondentene oppgir at de har kjøpt musikk etter å ha lastet ned den samme musikken først i forhold til de som oppgir at de aldri har gjort det:

Tabell 5.2.3-2: Type musikk nedlastet i forhold til kjøp av musikk etter nedlasting, i prosent

| | Har du kjøpt musikk etter nedlasting? | |
|---|---------------------------------------|------|
| | Ja | Nei |
| Musikk som går på MTV, Radio, etc. for tiden | 57,1 | 42,9 |
| Musikk som ikke har kommet ut enda | 62,3 | 37,7 |
| Musikk jeg har på andre medier fra før(CD, LP) | 76,5 | 23,5 |
| Musikk som ikke føres i vanlige platebutikker | 67,6 | 32,4 |
| Musikk jeg får anbefalt av andre og som jeg ikke har hørt før | 68,0 | 32,0 |

Som man kunne forvente med utgangspunkt i Blackburn og Gopals poeng om at salget av musikk som spilles regelmessig i radio og TV i mindre grad drar nytte av sampling, er andelen som har kjøpt musikk etter nedlasting noe lavere blant de som oppgir at de hovedsakelig laster ned samtidig populærmusikk enn blant de som oppgir andre årsaker. Samtidig kan denne statistikken lett være misvisende all den tid tabellen er basert på et spørsmål hvor man kan krysse av for flere alternativer, da en respondent som oppgir at hun har kjøpt musikk etter nedlasting kan ha oppgitt at hun laster ned musikk av flere typer, slik at det ikke er mulig å isolere hvilken nedlastet musikktype som har ledet til kjøp av musikk. Ser man imidlertid bare på de respondentene som *utelukkende* laster ned musikk som ”...går på MTV og radio for tiden”, er andelen som hevder at de har kjøpt musikk etter nedlasting sunket til 50 %. Denne prosentandelen kan knappest forventes å være representativ for alle de som laster ned slik musikk, da det å utelate alle som laster ned samtidig populærmusikk i tillegg til en eller flere andre typer musikk lett kan tenkes å gi systematiske skjevheter. Likevel gir det en slags indikasjon på at det kan være sannsynlig at de respondentene som hovedsakelig laster ned populærmusikk i noe mindre grad kjøper musikk etter nedlasting.

5.2.4 Oppsummering

Det statistiske materialet indikerer helt klart at ungdom på ingen måte har sluttet å konsumere musikk i tradisjonelle distribusjonsformater selv om de laster ned musikk. Nærmere to av tre nedlastere hevder å ha kjøpt musikk de først har lastet ned fra Internett, og svært mange unge har CD-samlinger av anselig størrelse, og ikke minst ser det ut til at nedlastere gjennomsnittlig eier mer musikk enn hva de som ikke laster ned musikk gjør. En andel på omtrent 17 %, altså nærmere en av fem respondenter oppgir at de *ofte* kjøper musikk de først har lastet ned fra Internett. Det er altså atskillig grunn til å tro at en hel del av de som deler musikk på Internett bruker fildelingssystemer for å *sample* musikk slik blant andre Blackburn og Gopal hevder. At mange unge musikklyttere bruker Internett som et verktøy for å få kjennskap til ny musikk og nye artister, underbygges ytterligere ved at så mange som to av tre nedlastere oppgir at de ofte laster ned musikk de ikke har hørt før. Denne undersøkelsen viser helt klart at fildeling på Internett ikke bare brukes for å skaffe kopirettbeskyttet musikk gratis; deling og nedlasting av musikk er for mange unge et verktøy for å prøve musikk før kjøp, for å få tilgang på musikk som er utilgjengelig gjennom vanlige distribusjonskanaler eller på tradisjonelle medier, for av tilgangsmessige årsaker å få tilgang til digitale musikkfiler av musikk de allerede har kjøpt i tradisjonelle formater og for enkelte for å promotere musikk de selv har skrevet.

Samtidig, mens en stor andel av de nedlasterne som lastet ned svært mye musikk sist måned (100 eller flere låter) eier svært mange CD-er er det også en nokså stor andel av disse nedlasterne som eier svært få, altså under 25 CD-er, til tross for at denne nedlastergruppen statistisk er mer musikkinteressert og som bruker mest tid på å lytte til musikk. Dessuten, selv om de som eier mer enn 75 CD-er svært mye oftere svarer at de *ofte* kjøper musikk de har lastet ned uavhengig av nedlastingsvolum, er det nokså få av de som eier mange CD-er og som har lastet ned svært mye musikk sist måned som oppgir at de ofte kjøper musikk etter nedlasting; denne andelen er faktisk omtrent like lav som andelen som oppgir at de ofte kjøper musikk etter nedlasting blant de som har få eller ingen CD-er. Dette kan være en indikasjon på at en andel av de unge i liten grad forholder seg til musikk i tradisjonelle distribusjonsformer. Disse unge representerer totalt sett et mindretall, og slik jeg ser det kan dette materialet antyde at denne gruppen kan deles i to; en andel som aldri har forholdt seg til musikk annet enn i digitale distribusjoner i nevneverdig grad, og en andel som er svært musikkinteresserte og som tidligere har pleid å kjøpe musikk i tradisjonelle distribusjonsformer men som nå har substituert bruken av kjøpt, tradisjonelle musikkdistribusjoner med digitale musikkfiler. Enkelte av disse brukerne *kan* selvsagt ha erstattet konsum av vanlig kommersiell musikk med musikkformer som av forskjellige grunner tillates

distribuert på Internett eller utelukkende ha tatt i bruk betaltjenester. Samtidig, tatt i betraktning at så mange som 70 % av respondentene oppgir samtidig populærmusikk som en viktig type musikk de laster ned samt at det kun er svært få respondenter som oppgir at de bruker betaltjenester kan man anta at en god andel av disse nedlasterne laster ned musikk de ellers ville ha kjøpt. Det er dog viktig å framheve at denne gruppen, altså de som laster ned 100 eller flere låter kun representerer en liten gruppe av nedlasterne, omtrent 17 %.

Det dette materialet slår fast er at det finnes relativt mange som i noen grad bruker Internett for å prøve og utforske nytt musikkmateriale før de kjøper musikk i tradisjonelle distribusjonsformer, og i underkant av en av fem respondenter hevder at nedlasting ofte ender med kjøp av musikk. Samtidig slås det også fast at det er sannsynlig at en andel av de unge helt har sluttet å kjøpe musikk, kanskje på grunn av at de kan laste ned musikk gratis fra Internett. Derimot er det vanskelig å vurdere i hvilken grad alle respondentene i ”rommet” mellom de som helt klart bruker Internett som et verktøy for å utvide sin musikalske horisont og de som bruker Internett for å slippe å bruke penger på musikk, har endret sine musikkjøpevaner etter at de begynte å laste ned musikk fra Internett. Det er mange grunner til at dette er vanskelig; for det første er musikkonsumentene i liten grad å kategorisere som enten/eller. Mange respondenter oppgir flere typer innhold som det de vanligvis laster ned, og man kan utmerket godt tenke seg at mange unges bruk av fildelingssystemer ikke nødvendigvis kan kategoriseres som enten sampling eller substitusjon. En teori kan være at mange erstatter noen typer musikkjøp med nedlasting, for eksempel musikk som har høy rotasjon på radio og på MTV som man uansett vil høre ofte uten at man direkte har betalt for det, mens andre nedlastinger, for eksempel av mer utforskende art kan ende opp i kjøp som antakelig ikke ville vært gjort om det ikke var for fildelingen. En slik praksis er det dessverre ikke data til å bekrefte i denne undersøkelsen, og for å kunne teste en slik hypotese måtte en mer kvalitativ tilnærming vært tatt i bruk.

5.3 HOLDNING TIL INDUSTRI, FILDELING OG KJØP AV MUSIKK

Statistikken som er presentert i oppgaven så langt beskriver ungdoms bruk av digitalt distribuert musikk som et mangefasettert fenomen, og med en del unntak kan det virke som om det ikke umiddelbart er grunnlag for å konkludere med at musikkindustrien i stor grad risikerer undergang på grunn av fildeling. Imidlertid kan man ikke i så stor grad belyse den potensielle risikoen for musikkindustrien på sikt ved hjelp av slike brukerdata. I lys av teoriene om hvordan teknologi defineres gjennom en sosial prosess hvor teknologiformens innholdstyper og anvendelsesformer karakteriseres av en viss fleksibilitet, kan man enkelt tenke seg at anvendelsen av teknologi som

muliggjør fildeling på Internett kan forandres over tid. For å kunne antyde noe om hvorvidt kimen til en praksis som i større grad representerer en trussel for musikkindustriens eksistens i framtida, er det interessant å undersøke hvilke holdninger de unge har overfor musikkindustriens tiltak, overfor industriens alternativer til fildeling i form av salg av digitale musikkdistribusjoner samt hva slags oppfatning de unge har av fildeling; hvorvidt nedlasting av musikk oppfattes som en legitim aktivitet eller ikke.

5.3.1 Copy Control

Et av industriens tiltak for å begrense ulovlig eksemplarfremstilling og nettdistribusjon av musikk var å innføre såkalt "copy control", tekniske sperrer som er ment å hindre at musikk-CD-er blir maskinlesbare. Disse tekniske sperrene dukket første gang opp i 2002 på en del utgivelser etter insentiv fra selskapene EMI, Warner, BMG og Sony. De tekniske sperrene var imidlertid ikke uten barnesykdommer. Som en konsekvens av at mange bilstereo- og cd-spillere har felles komponenter med den typen CD-spillere som brukes i datamaskiner resulterte kopisperren i at musikken ikke var avspillbar i det hele tatt, og det ble rapportert om at de beskyttede CD-ene i noen tilfeller ødela avspillingsutstyr som DVD-spillere og datamaskiner (Thoresen 2002a, 2002b). Sperrene slik disse fungerer i dag er i tillegg beheftet med det problemet at de er svært enkle å forbigå. I motsetning til hva som er tilfelle med blant annet DVD-film og datamaskinprogramvare, kreves ingen spesielle dataferdigheter for å "bryte" sperren, et enkelt tastetrykk vil i følge Dagbladet være nok (Thoresen 2004), og med avspillingsprogramvare som Windows Media Player og Apple iTunes vil sperren i mange tilfeller ignoreres.

Blant respondentene i denne oppgavens undersøkelse er forståelsen for tiltak i form av denne kopisperren temmelig liten; ca. 57 prosent av respondentene oppgir at de synes at tiltaket er negativt eller svært negativt. Denne andelen er som forventet høyere hos de respondentene som laster ned svært mye musikk (79 % av de som lastet ned over 100 låter sist måned), men andelen som oppfatter kopisperrede CD-er som negative eller svært negative tiltak er ikke vesentlig forskjellig mellom de som lastet ned under 100 låter sist måned og de som ikke lastet ned musikk sist måned, med andeler på henholdsvis 53,5 % og 49 %. Litt mer overraskende er det hvordan holdningsdata fordeles over de ulike gruppene hva eierskap av musikk angår. Som tabellen viser er det tydelig at negativ holdning til kopisperring av CD-er ikke er forbeholdt de som laster ned musikk som et substitutt for tradisjonelle distribusjonsformer:

Tabell 5.3.1-1: Holdning til kopisperre i forhold til antall CD-er i CD-samling, i prosent

| Holdning til kopisperre (i %) | Antall CD-er i samling | | | |
|---|------------------------|-------|--------|------|
| | 0-25 | 25-75 | 75-150 | +150 |
| Negativ holdning (svært negativ eller negativ) | 62,5 | 56,8 | 49,2 | 58,5 |
| Positiv holdning (svært positiv eller positiv) | 8,9 | 19,8 | 13,9 | 13,8 |
| Nøytral holdning | 28,6 | 23,4 | 36,9 | 27,7 |
| Total | 100 | 100 | 100 | 100 |

En mulig årsak til at andelen med negativ holdning overfor kopibeskyttelse av CD-er er så høy blant de som i følge undersøkelsen eier mest CD-er, kan henge sammen med at disse personene i størst grad har praktiske erfaringer med slike sperrer; for mens bare 21 % av de som eier 0-25 CD-er har kjøpt eller eier en eller flere CD-er med kopisperre, er det tilsvarende tallet for de med over 150 CD-er 59 %.

I 2005 ble det i forbindelse med revisjon av åndsverksloven klart at holdningen til musikkindustriens tekniske sperrer også politisk sett er blandet, blant annet uttalte daværende kulturminister Valgerd Svarstad Haugland følgende; ” *Forbrukere har makt, og min oppfordring til forbrukeren er å ikke kjøpe produkter med kopi-sperre*” (Larsen 2005a). I kjølvannet av en relativt omfattende offentlig debatt rundt forslaget til ny åndsverkslov – ”MP3-loven” som den i dagspressen ble kalt ble et forslag om en lovmessig beskyttelse av tekniske kopisperre omgjort slik at det gis rom for lovlig forbigåelse av effektive kopisperre i de tilfellene hvor kopisperren er ”[...] til hinder for privat brukers tilegnelse av lovlig anskaffet verk på det som i alminnelighet oppfattes som relevant anspillingsutstyr” (Besl.O.nr.93, 2004-2005). Det spesifiseres også i loven at forbudet mot omgåelse av effektive tekniske beskyttelsessystemer ikke skal være til hinder for den eksisterende retten til eksemplarfremstilling. Selv om det pr. dags dato gjenstår å se hvorvidt dette vedtaket vil holde stand etter granskning av EFTAs overvåkningsorgan ESA høsten 2005, er det tydelig at bruk av Copy Control slik denne fungerer i dag, er en temmelig ustrategisk løsning for å få bukt med uautorisert reproduksjon av musikk i kraft av å være en ikke-fungerende teknisk løsning som både konsumenter og politikere i det minste her til lands har liten eller ingen forståelse for nødvendigheten av.

5.3.2 Juridiske kampanjer og konsekvenser for nedlasting

Et annet tiltak industrien har satt i verk internasjonalt er de allerede mye omtalte juridiske kampanjene hvor enkeltbrukere av fildelingsnettverk har fått millionsøksmål rettet mot seg. Surveymateriale fra blant annet Pew American Internet Project (Rainie et. al. 2004b) viser at disse

rettssakene i stor grad har skremt brukere vekk fra fildelingsnettverkene i frykt for slike konsekvenser.

Norge er så langt ikke i den samme situasjonen hva juridiske konsekvenser for fildelingsbrukerne angår, selv om den situasjonen blir endret med innføringen av de vedtatte endringene i åndsverksloven, da den nye åndsverksloven gjør det klart at nedlasting av musikk ikke skal kunne omfattes av retten til privat eksemplarframstilling (Lov 1961-05-12-2 § 12) ved å innskrenke denne retten slik at den ikke gjelder kopier av musikkverk utført ”ved fremmed hjelp”(Besl.O.nr.93, 2004-2005). At den juridiske trusselen i liten grad er reell reflekteres også tydelig i hvordan de som i min undersøkelse besvarer spørsmålet om hvorvidt de frykter konsekvenser for sin nedlasting;

Tabell 5.3.2-1: Frykt for konsekvenser av nedlasting i forhold til nedlastingsvolum, i prosent

| Antall låter sist måned | Frykt for konsekvenser | | | Total |
|-------------------------|------------------------|---------------|--------------------|-------|
| | Bekymret | Ikke bekymret | Tar forhåndsregler | |
| over 100 | 21,3 | 63,8 | 14,9 | 100 |
| 25-100 | 17,1 | 61,5 | 21,4 | 100 |
| 1-25 | 21,5 | 63,1 | 15,4 | 100 |

Imidlertid er det ikke slik at man som fildeler er helt uten fare for konsekvenser, til tross for konsekvensenes relative usannsynlighet; mens åndsverksloven slik den har vært fram til nå som nevnt tidligere kan tolkes i retning av at nedlasting av delte filer er en form for lovlig privat eksemplarframstilling, er *distribusjon* av musikk over Internett i en del former ulovlig, være seg ved hjelp av webdistribusjon eller distribusjon gjennom peer-to-peer-nettverk. Derimot er det ingen vesentlige forskjeller mellom de som både deler og laster ned musikk i forhold til de som bare laster ned når det gjelder frykt for juridiske konsekvenser;

Tabell 5.3.2-2: Frykt for konsekvenser fordelt på etter system, i prosent

| | Deler musikk i... | | |
|--------------------|------------------------|------------------------|-------------------|
| | Deler ved hjelp av MSN | Deler ved hjelp av P2P | Deler ikke musikk |
| Ikke bekymret | 57,9 | 62,8 | 65,3 |
| Bekymret | 19,3 | 21,3 | 20,0 |
| Tar Forhåndsregler | 22,8 | 16,0 | 14,7 |

Interessant nok finner man den laveste andelen ”ikke-bekymret” blant de som hevder utelukkende å dele musikk ved hjelp av MSN eller andre personlige kommunikasjonssystemer, som selv etter implementering av den nye åndsverksloven vil befinne seg innenfor lovens grenser da distribusjon av musikk til et privat kommunikasjonsfora vanskelig kan tolkes som offentlig tilgjengeliggjøring eller som eksemplarframstilling ved ”fremmed hjelp” da man i de fleste slike kommunikasjonsfora

blant annet må kjenne e-postadressen til den man kommuniserer med. Derimot er andelen P2P-fildelere som ikke bekymrer seg om konsekvenser av fildelingen sin praktisk talt den samme som blant de som ikke deler musikk.

Et interessant aspekt som må tas i betraktning her er at det så stor forskjell på hva slags system gutter og jenter når tar i bruk for å dele filer med andre. På grunn av denne forskjellen sett i lys av at de litt overraskende holdningsresultatene man finner blant brukerne av det systemet som i mye større grad brukes av jenter og gutter, kan man kanskje forvente at jenter er mer bekymret for potensielle konsekvenser enn hva gutter er. Imidlertid viser tabellen under noe ganske annet:

Tabell 5.3.2-3: Frykt for konsekvenser fordelt på kjønn og fildelingssystem, i prosent

| | | Deler musikk i | | |
|--------------------|--------|---------------------|------|------------|
| | | MSN | P2P | Deler ikke |
| Ikke bekymret | Gutter | 57,8 | 55,2 | 52,8 |
| | Jenter | 63,9 | 77,8 | 71,2 |
| Tar forhåndsregler | Gutter | 31,1 | 19,4 | 36,1 |
| | Jenter | 13,9 | 11,1 | 1,7 |
| Bekymret | Gutter | 13,3 | 25,4 | 11,1 |
| | Jenter | 25,0 | 11,1 | 25,4 |

Mens litt i underkant av halvparten av guttene er bekymret for eller mener de tar forhåndsregler for å unngå konsekvenser av sin fildeling, er andelen jenter som hevder det samme markant lavere. Det interessante er at mens guttene som deler musikk på MSN eller tilsvarende privatbeskjedsystemer er minst bekymret og guttene som deler musikk i P2P-applikasjoner mest bekymret er det stikk motsatt blant jentene. At så mange som nesten fire av fem jenter som deler musikk på P2P ikke bekymrer seg om konsekvensene for fildeling mens kun drøye halvparten av guttene har samme holdning, er svært interessant. Dette, samt at andelen jenter som hevder at de tar forhåndsregler gjennomgående er en del lavere enn tilsvarende blant gutter, gjør at man kan mistenke at dette henger sammen med at gutter og jenter tilnærmer seg teknologien forskjellig; som nevnt tidligere har ofte jenter en mer innholds- og nytteorientert tilnærming til teknologien mens gutter er orientert mot selve teknologien (Lie 2002:163). Gjennom guttenes teknisk orienterte tilnærming *kan* det være slik at guttene lettere er i stand til å identifisere hvilke egenskaper ved teknologien de bruker som innebærer risiko, og at dette påvirker hva slags oppfatning man har av faren for konsekvenser.

En årsak som kan tenkes å forklare at andelen som ikke bekymrer seg for konsekvenser av nedlasting er så stor, kan være at det er forvirring, usikkerhet eller dårlig kjennskap omkring

reglene som gjelder for nedlasting og deling av musikkfiler. På spørsmål om hvorvidt nedlasting av gratis musikk er lovlig eller ikke, finner man blant nedlasterne følgende frekvensfordeling:

Tabell 5.3.2-4: Kunnskap om musikknedlastings lovlighet, i prosent

| Er det lov å laste ned gratis musikk fra Internett: | |
|---|------|
| Alltid lov | 5,1 |
| Lov å laste ned, men ikke å laste opp | 17,6 |
| Lov fra visse sider/om artisten tillater det | 19,6 |
| Ikke lov å laste ned musikk | 23,1 |
| Vet ikke | 34,5 |
| Total | 100 |

Tilsynelatende er kunnskapene om hvilke regler som gjelder for nedlasting av musikk er åpenbart nokså magre blant nedlasterne. Kun i underkant av 40 % besvarer dette spørsmålet med et av de riktige svaralternativene, mens mer enn en av tre hevder at de ikke vet. Imidlertid er det vanskelig å konkludere med at dette kan være en betydelig årsak til at så mange oppfatter seg selv som utenfor fare for juridiske konsekvenser. Andelen respondenter som tror at fildeling av musikk alltid er lov er svært liten.

5.3.3 *Kjøp av digitale musikkfiler*

Dataene over respondentenes valg av system for nedlasting av musikk viser helt tydelig at betaltjenester bare unntaksvis har blitt benyttet; knappe 1,2 prosent av respondentene oppgir at de bruker betaltjenester for å laste ned musikkfiler fra Internett. Disse lave tallene er høyst sannsynlig resultatet av at det var svært få og svært få og temmelig dårlige betalingstjenester på det tidspunktet undersøkelsen ble gjennomført. ”Ulovlig” nedlasting har frem til nylig vært det eneste reelle alternativet for de konsumentene som har sett fordelene av digital kontra tradisjonell musikkdistribusjon (se for eksempel Hannemyr 2003), og de få lovlige tjenestene som har eksistert har i liten grad evnet å konkurrere med de gratis fildelingssystemene for musikkfiler i forhold til fleksibilitet og utvalg. Denne situasjonen er imidlertid i ferd med å endres, og det er derfor interessant å se på hva slags holdninger de unge har til bruk av betalingstjenester for nedlasting eller deling av musikk; om det faktisk er vilje til å bruke penger på musikkfiler i for eksempel iTunes Music Store når man kan laste ned musikk i tilsvarende kvalitet gratis fra nettet.

Tabell 5.3.3-1: Interesse for kjøp av musikkfiler mot nedlastingsvolum og CD-antall, i prosent

| | | | | | | Nedlastere, uavhengig av volum (N=266) | Totalfordeling, alle (N=319) |
|----------------------------------|----------------|------------------|-------------------|-----------------|------------------------|--|------------------------------|
| | | 1 til 25 (N=145) | 25 til 100 (N=74) | over 100 (N=47) | ikke lastet ned (N=53) | | |
| 0-25 (N=61) | ja | 28,6 | 62,5 | 9,1 | 7,1 | 29,8 | 24,6 |
| | nei | 71,4 | 37,5 | 90,9 | 92,9 | 63,8 | 75,4 |
| | Foretrekker CD | 3,6 | 0,0 | 18,2 | 71,4 | 6,4 | 21,3 |
| 25-75 (N=120) | ja | 35,2 | 32,1 | 33,3 | 30,8 | 34,0 | 33,3 |
| | nei | 64,8 | 67,9 | 66,7 | 69,2 | 54,3 | 66,7 |
| | Foretrekker CD | 16,7 | 3,6 | 8,3 | 38,5 | 11,7 | 17,5 |
| over 75 (N=138) | ja | 25,4 | 55,3 | 33,3 | 38,5 | 36,0 | 36,2 |
| | nei | 74,6 | 44,7 | 66,7 | 61,5 | 45,6 | 63,8 |
| | Foretrekker CD | 28,6 | 7,9 | 8,3 | 46,2 | 18,4 | 21,0 |
| Uavhengig av CD-eierskap (N=319) | ja | 29,7 | 47,3 | 27,7 | 26,4 | 34,2 | 32,9 |
| | nei | 70,3 | 52,7 | 72,3 | 73,6 | 51,9 | 67,1 |
| | Foretrekker CD | 19,3 | 5,4 | 10,6 | 49,1 | 13,9 | 19,7 |

Som tabellen viser er omtrent en av tre respondenter villige til å betale for å laste ned musikkfiler fra Internett, mens omtrent en av fem ikke mener det er aktuelt for dem fordi de foretrekker musikk distribuert i tradisjonelle distribusjonsformer. Omtrent halvparten av respondentene hevder altså at de er interesserte i å kjøpe musikken sin i framtida. Som kolonnene lengst til høyre viser er denne andelen en del lavere blant nedlastere totalt sett enn blant ikke-nedlastere, ca. 50 % blant nedlasterne mens en svært høy andel som foretrekker CD-er som distribusjonsform blant ikke-nedlasterne, naturlig nok, bidrar til at andelen blant disse er omtrent 75 %.

På et litt mer detaljert nivå inneholder denne statistikken flere interessante ting; for det første øker viljen til å betale for musikkfiler med CD-eierskap samtidig som andelen som hevder at de foretrekker CD som distribusjonsform øker proporsjonalt. Interessant nok øker også andelen ikke-nedlastere som hevder at de er villige til å betale for nedlasting med CD-eierskap. Dette kan selvsagt forklares på flere måter, men en interessant fellesnevner man finner igjen uavhengig av nedlastingsvolum er at den egenrapporterte musikkinteressen gjennomsnittlig blir høyere proporsjonalt med antallet CD-er i CD-samlingen. Dette kan indikere at viljen til å betale for musikkdistribusjoner, være seg i digitalt eller tradisjonelt distribuert form henger sammen med musikkinteresse, og at det rett og slett kan være et spørsmål om lojalitet overfor musikkindustri og artister.

For det andre skiller en gruppe seg ut med en markert høyere andel respondenter som er interessert i å betale for nedlasting når respondentene grupperes etter nedlastingsvolum, nemlig gruppen som laster ned moderat mange filer, altså 25 til 100 låter sist måned. Først og fremst er

det gruppen som eier mer enn 75 CD-er som bidrar til dette, men også de i denne gruppen som eier 0-25 CD-er, bidrar positivt. Denne gruppen er imidlertid svært liten, den består kun av 8 respondenter, og følgelig er det sannsynlig at prosenttallet i noen grad kan være påvirket av tilfeldig variasjon.

En annen faktor som er interessant å undersøke er om det kan finnes indikasjoner på hva slags beløp de unge synes det er rimelig å betale for å laste ned musikk. For å avdekke hva slags holdning respondentene har overfor pris på nedlasting, har jeg formulert et hypotetisk spørsmål med utgangspunkt i prisene i den internasjonale *iTunes music store*, og på spørsmål om hvorvidt 6 kroner (0,99 dollar) er en grei pris for å laste ned en enkeltlåt fordelte svarene seg som følgende:

Tabell 5.3.3-2: Holdning til betaling pr. låt mot nedlastingsvolum og CD-eierskap, i prosent

| Antall CD-er i CD-samling | | Antall låter lastet ned sist måned | | | | uavhengig av nedlasting |
|------------------------------------|-----|------------------------------------|------------|----------|-----------------|-------------------------|
| "Er 6 kr en grei pris for en låt?" | | 1 til 25 | 25 til 100 | Over 100 | ikke lastet ned | |
| 0 til 25 CD-er | Ja | 22,2 | 28,6 | 38,5 | 20,0 | 25,8 |
| | Nei | 77,8 | 71,4 | 61,5 | 80,0 | 74,2 |
| 25 til 75 CD-er | Ja | 32,1 | 14,8 | 16,7 | 46,2 | 29,8 |
| | Nei | 67,9 | 85,2 | 83,3 | 53,8 | 62,0 |
| Over 75 CD-er | Ja | 31,0 | 26,3 | 20,8 | 38,5 | 28,6 |
| | Nei | 69,0 | 73,7 | 79,2 | 61,5 | 71,4 |
| Uavhengig av CD-eierskap | Ja | 29,8 | 22,2 | 24,5 | 37,0 | 28,5 |
| | Nei | 70,2 | 77,8 | 75,5 | 63,0 | 71,5 |

Som tabellen viser er andelen som synes at 6 kroner er et passende beløp å betale for en nedlasting relativt lav, 28,5 % mot 71,5 % som synes det er for mye, uaktuelt eller som mener at musikk bør være gratis å laste ned. CD-eierskap virker i denne sammenhengen som en variabel som ikke har betydning for respondentenes svar, mens antall låter lastet ned sist måned ser ut til å ha noe større betydning. Blant de som lastet ned svært mange eller et mellomstort antall låter sist måned, er andelen som synes 6 kroner er greit for en låt noe lavere enn blant de som lastet ned få låter, og andelen er en hel del lavere enn blant de som ikke lastet ned musikk i det hele tatt.

En interessant faktor i forhold til dette er at det er langt fra alle respondentene som hevder at de er interessert i å betale for å laste ned musikkfiler, slik at forholdet totalt sett mellom de som synes det er greit og de som ikke synes det er greit å betale 6 kroner pr. nedlasting, tvilsomt er representativt for det som reelt sett er kundegruppen for de bedriftene som ønsker å selge musikkfiler. Hvis man skiller mellom de som er interessert og de som ikke er interessert i å betale for musikkfiler er det tydelig at de som ikke er interessert i å betale for musikkfiler påvirker den foregående tabellen i

negativ retning. Mer mens 42,6 % av de som er interessert i å betale for nedlasting synes at 6 kroner for en enkeltlåt er en grei pris, mener bare 21 prosent av de som ikke er interessert i å betale for nedlasting.

5.3.4 Holdning til nedlasting av musikk

Relativt mange respondenter virker forholdsvis lojale overfor musikkindustri og artister i den grad at de foretrekker enten tradisjonelle distribusjonsmedier eller er villige til å betale for nedlasting av musikkfiler. Derimot antyder svarfordelingen på spørsmål om personlig holdning til å laste ned musikk fra Internett noe litt annet:

Tabell 5.3.4-1: Holdning til å laste ned musikk fra Internett, i prosent

| Synes du det er greit å laste ned gratis musikk fra Internett ? | |
|---|------|
| Ja, ligger det på nettet er det greit å laste ned | 72,3 |
| Ja, men bare hvis det virker som om plateselskap og artist tillater det | 13,2 |
| Nei, nedlasting av musikk er i all hovedsak tyveri | 3,2 |
| Har ingen mening | 11,3 |
| Total (N=330) | 100 |

At så mange synes det er uproblematisk å laste ned musikk fra Internett, og at så få respondenter oppfatter nedlasting av gratis musikk fra Internett som en form for tyveri kan indikere at årsakene til at mange gjerne vil betale for musikkdistribusjoner være seg ved CD-er eller ved såkalte ”lovlige” musikkfiler, kan ha med andre ting å gjøre enn lojalitet overfor industri og artister, eksempelvis mer pragmatiske hensyn som bedre lyd kvalitet, og som Norstats undersøkelse viser fremhever de fleste andre egenskaper enn støtte til industri og artister når de skal beskrive hva de synes er de beste med kjøpt musikk på CD (Norstat 2005). Også deling av filer musikkfiler på Internett kan synes å oppfattes som uproblematisk blant mange av respondentene all den tid mange deler filer uten å være bekymret for eventuelle konsekvenser. I det følgende vil jeg diskutere noen potensielle årsaker til at nedlasting og deler av filer fortoner seg som uproblematisk for så mange respondenter.

I Albert Z. Kovacs artikkel *“Quieting the Virtual Prison Riot; Why the Internets spirit of “sharing” must be broken”* diskuteres aspekter ved selve Internett og folks måte å forholde seg til Internett som årsaker til at folk velger å ”dele” digitale mediefiler;

The metaphysicality of the Internet allows people to shed the moral limitations and social stigmas that inhibit transgression of social norms in the real world. In most instances, this merely permits people to conduct themselves in the same way they would in the real world could they avoid detection. However, the formless

freedom of the Internet, as well as its lack of physicality, results in an additional moral shift with respect to the infringement of copyrighted materials. The widespread, unauthorized, and free distribution of digital media on the Internet allows people to take advantage of their virtual invisibility by appropriating music with great ease, minimal (if any) social stigma, and very little chance of detection. The structure of the Internet also confuses them into thinking that they are entitled to the things they steal (Kovacs 2001)

Kovacs resonnement bygger på at man dekket bak anonymiteten og depersonaliseringen Internettbrukeren tilbys gis rom til å handle uten reell frykt for konsekvenser av noe slag. Imidlertid mener han ikke at Internett i seg selv har endret folks moral eller oppfatning av rett eller galt, Internettets anonymitet legger kun *til rette* for moralske overskridelser. Derimot, selve prinsippet Internett er bygget på, selve *strukturen* forårsaker etter Kovacs' oppfatning folks oppfatning av hva som er rett og galt når det kommer til intellektuell eiendom:

The supposedly uncontrolled [...] nature of the Internet produces a free flow of information[...]. This unrestricted flow of information results in a mutation and misunderstanding of property rights and has seduced a generation into equating stealing with "sharing." The architecture of the Internet appears to be largely, if not entirely, responsible for the moral values that have spawned the virtual spirit of sharing. (Kovacs, 2001)

Man kan imidlertid stille spørsmål ved enkelte aspekter ved Kovacs fremstilling. For det første kan man diskutere hvorvidt Internettets depersonaliserende og anonymiserende aspekter faktisk er reelle når det gjelder fildeling. Mange av respondentene i undersøkelsen hevder at de kun deler musikk ved hjelp av private meldingstjenester, og brukere av disse tjenestene er i all hovedsak kjent med hverandres virkelige identitet. Riktignok kan kanskje denne typen fildeling ekskluderes fra Kovacs' resonnement da en ikke i samme grad som peer-to-peer-fildeling er ulovlig eller uautorisert all den tid slik deling omfattes av retten til privat eksemplar fremstilling eller "fair use". Man kan allikevel spørre seg om Internettbrukeren kan oppfattes som uten risiko for konsekvenser på grunn av anonymitet. Når man ser på de mange amerikanske og senere europeiske søksmålene musikkindustrien har rettet mot sivile de siste årene, er det lite som tyder på at anonymitet er et vesentlig trekk ved Internett. Ei heller er det særlig trolig at Internettets brukere er av den oppfatning at deres nettaktiviteter er noe som kun er mellom dem selv og deres datamaskiner tatt i betraktning hvilken mediedekning slike saker har oppnådd. Man kan riktignok argumentere for at det på et punkt *kan ha vært* slik at fildelingstjenestenes brukere oppfattet seg selv som anonyme, i det minste fram til rettssakene mot enkeltpersoner satte i gang. Empirisk bevis for en slik argumentasjon kan føres ved å vise til undersøkelser som Pew Internets undersøkelse fra april 2004 (Rainie et. al. 2004a, Rainie et. al. 2004b), som viser at bruken av fildelingssystemer hvis viktigste formål er deling av musikkfiler, har mistet brukere i etterkant av slike rettssaker. Samtidig; undersøkelser som den gjort i forbindelse med denne avhandlingen antyder at andelen unge som

laster ned og deler musikk fremdeles er større enn andelen som ikke gjør det, og det på tross av at den såkalte anonymiteten beviselig er kompromittert. For det andre, selv om man kanskje kan argumentere for at fildeling kan knyttes tett opp i mot Internettets struktur, arkitektur og prinsipp, kan man vanskelig argumentere for at den adferden og de moralske verdiene Kovacs hevder at springer ut i fra Internettets prinsipper, ”likestillingen av ’dele’ og ’stjele’”, faktisk gjør nettopp det. Selv om Internett representerer en ny arena for uautorisert eksemplarframstilling som både er hevet over geografiske, sosiale og tekniske begrensninger som tidligere var gjeldende, er det ingenting som prinsipielt er nytt moralsk sett; uautorisert eksemplarframstilling av immaterielle goder som musikk har foregått i varierende form og omfang i årtier før Internett, på blant annet lydbånd og kassett.

Heller enn å henge sammen med Internettets ”natur”, kan man argumentere for at årsaken til at så få oppfatter fildeling som ”tyveri” til tross for medieindustriens mange og iherdige forsøk på å overbevise konsumentene at dette er tilfelle, ligger i måten digitalt fremstilte kopier skiller seg fra andre typer privatfremstilte eksemplarer samt i måten immaterielle åndsverk skiller seg fra materiell eiendom. Som Thomas Gramstad fremhever:

Copyright er ikke eiendom, og kopiering (lovlig eller ulovlig) er ikke tyveri. Originalen er ikke på noe tidspunkt fjernet, gjort utilgjengelig eller redusert i kvalitet. Derfor er det grovt misvisende å kalle kopiering for tyveri. Tyveri er det kun dersom originalen fjernes, slettes eller skades (Gramstad 2003:125)

Nedlasting av musikk skiller seg vesentlig fra tyveri i ordets rette forstand, og mens skadevirkningen av tyveri er umiddelbar, reell og observerbar (hvis noen stjeler bilen din eller en CD, kan du ikke bruke den gjenstanden mer) er skadevirkningene av nedlasting av mer teoretisk og hypotetisk karakter. Opphavsmannen påvirkes ikke direkte av nedlasting, men hans eller hennes inntekter fra utnyttelsen av verket kan potensielt begrenses.

En tredje måte å tolke det at så mange respondenter syns at det er greit å laste ned musikk fra Internett, er å se det i lys av at digitale musikkfiler, også filer som er kopirettbeskyttede, brukes på andre måter enn som erstatning for kjøpt musikk. Som vist tidligere i oppgaven laster mange ned filer for å ”prøve” musikken, noe som i en del tilfeller ender i at musikken kjøpes. En del laster av mobilitets- eller tilgangsårsaker ned musikkfiler av musikk de allerede har kjøpt i tradisjonelle medier, og en del laster ned musikk som av forskjellige grunner ikke er tilgjengelige for salg. Det er ikke usannsynlig at mange fildelere ikke oppfatter denne typen bruk av fildelingsnettverk som ”pirateri”, da dette er musikk som på et punkt blir betalt for, har blitt betalt for eller som ikke er mulig å betale for da musikken ikke er tilgjengelig for salg. På grunn av disse alternative typene bruk av fildelingssystemer er det mulig at mange unge oppfatter fildeling som greit fordi de selv

anvender slike systemer på en måte som de ikke oppfatter som kjøperstøttende. En slik begrunnelse vil imidlertid ikke kunne være eneste årsak for at mange synes musikknedlasting er akseptabelt, da også enkelte respondenter som laster ned musikk uten å kjøpe musikkdistribusjoner i det hele tatt synes at det er greit å laste ned musikk. Dette kan man tenke seg mange årsaker til, eksempelvis kan man tenke seg at argumentasjonen som forsvaret nedlasting som en erstatning for kjøp av musikk kan gå på misnøye med hvordan økonomisk kompensasjon i musikkindustrien fungerer²⁶. En slik diskusjon faller imidlertid utenfor denne oppgavens fokus, og datamaterialet i denne undersøkelsen er dessverre ikke tilstrekkelig for en diskusjon av motivasjon og personlig legitimering av deling av musikkfiler.

5.4 OPPSUMMERING: FILDELING BLANT UNGDOM I NORGE

Dataene i dette kapittelet levner liten tvil om en ting; fildeling av musikk er et betydelig fenomen blant norsk ungdom. Så mange som 84 % av respondentene i undersøkelsen oppgir at de laster ned musikk, i løpet av en uke var det nesten like mange respondenter som lastet ned musikk som det var som sendte eller mottok e-post²⁷. I løpet av analysen er flere bakgrunnsvariabler testet opp i mot fildeling, og hvorvidt en respondent laster ned musikk eller ikke og i hvilket omfang dette foregår, synes å være styrt av lite annet enn musikkinteresse og tilgang på datautstyr; respondentenes fildelingsvaner er rimelig likt fordelt både innen forskjellige grupper sortert etter økonomi, blant forskjellige studieretninger og ikke minst blant begge kjønn. En forholdsvis stor andel av de respondentene som laster ned musikk deler også musikkfiler med andre, omtrent to av tre nedlastere deler også musikkfilene sine. Mer enn halvparten av de som deler musikkfiler deler ved hjelp av såkalte peer-to-peer-systemer, altså med respondenter de ikke kjenner. Dessuten, til tross for at en hel del enkeltbrukere av peer-to-peer-systemer internasjonalt sett har opplevd alvorlige juridiske konsekvenser på grunn av fildeling er de aller færreste av de som deler musikkfilene sine med andre, bekymret for at de skal oppleve noen konsekvenser av sin fildeling her til lands.

Svært mange av respondentene synes at nedlasting av musikk er akseptabelt, og få oppfatter fildeling som en form for tyveri. Undersøkelsen viser dessuten at kunnskapene om lovgivningen som gjelder for privat kopifremstilling av åndsverk som musikk er noe dårlige, mer enn en av tre respondenter oppgir at de ikke vet hva som er lov eller ikke.

²⁶ Eksempelvis henvises det i mange blogger og fildelingsforum til artisten Courtney Loves diskuterer musikkindustriens økonomiske utnyttelse av artister som ”den virkelige” formen pirateri (Salon 2000)

²⁷ I løpet av ”sist uke” oppgir 58 % å ha brukt e-post mens 51 % oppgir at de har lastet ned musikk

Selv om så godt som alle respondentene har lastet ned musikk, er det derimot lite som tyder på at norsk ungdom forholder seg til musikk på den måten Evan I. Schwartz' sitat i innledningen av denne avhandlingen hevder, altså kun som filer på en dataskjerm: kun et fåtall av respondentene laster ned mye eller svært mye musikk. De fleste respondentene lastet ned under 25 låter sist måned, mens kun litt mer enn en av ti respondenter lastet ned over 100 låter sist måned. Dessuten eier fire av fem spurte 18-åringer mer enn 25 CD-er, mens oppimot halvparten eier mer enn 75 CD-er. Til tross for at mange respondenter eier dedikert avspillingsutstyr for musikkfiler, er albumformatet det overveldende flertalls favorittformat, og mange hevder at de foretrekker CD-formatet. En ikke ubetydelig andel av respondentene oppgir dessuten at de kan være villige til å betale for å laste ned musikk. Kopisperrede CD-er faller derimot i svært dårlig jord, i underkant av 60 % synes at et slikt tiltak er negativt eller svært negativt.

5.4.1 Mot en klassifisering av fildelere

Et svært viktig funn i denne analysen at det ikke er slik at musikkfiler utelukkende brukes som en erstatning for musikkjøp slik enkelte av musikkindustriens representanter har tatt utgangspunkt i når inntektstap på grunn av fildeling av musikk har vært beregnet. Dette er ikke et unikt funn teoretisk sett, men denne analysen demonstrerer empirisk at det blant en gruppe unge finnes (minst) fire forskjellige typer bruk av Internett for deling av musikkfiler i tillegg til nedlasting som et substitutt for kjøpt musikk. Det kan være prøvetakning eller *sampling* for å lytte til nye artister og band man ikke har kjennskap til fra før eller for å lytte igjennom musikk før kjøp slik man ellers gjør ved lyttestasjonen i en musikkforretning, bruk av Internett for å få tilgang på musikk som ikke er allment tilgjengelig, slik som gammel musikk som ikke lengre er i salg, upublisert musikk eller musikk som ikke har blitt publisert enda, bruk av Internett for å lytte til eller laste ned musikk som har blitt frigitt til nedlasting av artist eller plateselskap slik som for eksempel musikken som publiseres på NRKs *urørt* eller musikk som nedlasteren allerede har kjøpt i en tradisjonell distribusjon.

Hvor mange respondenters bruk som domineres av en eller en annen av disse forskjellige brukstypene er problematisk å tallfeste med utgangspunkt i denne kvantitative innsatsen, ikke minst da det er sannsynlig at mange nedlastere ikke utelukkende forholder seg til en av disse brukstypene. Ven ved å ta utgangspunkt i de to typene bruk som er viktigst for en diskusjon av de markedsmessige konsekvensene av fildeling, fildeling som substitusjon og fildeling som substitusjon eller supplement., kan man imidlertid tilnærme seg en konkret tallfesting ved hjelp av

å se på blant annet respondentenes nedlastings- og musikkjøpevaner. I kapitlet ”bruk av musikkfiler” identifiseres det blant respondentene i denne oppgavens undersøkelse tre typer fildelere som representerer ’ytterpunkter’ i forhold til hvordan unge bruker digitale og tradisjonelle musikkdistribusjoner. Mens en gruppe fildelere laster ned mye musikk og eier få eller ingen CD-er, altså en gruppe som i liten grad forholder seg til tradisjonelle distribusjonsformer overhodet, finnes det også en gruppe som laster ned mye musikk men som også eier mange CD-er og som kjøper mye musikk, en gruppe som høyst sannsynlig forholder seg til Internett som et verktøy for å prøvelytte eller ”sample” ny musikk og for å utvide sine musikalske horisonter. Samtidig finnes det også en gruppe respondenter som eier mange CD-er og som laster ned musikk men som *ikke* kjøper musikk etter nedlasting, altså en gruppe som kan bestå av en andel lyttere som har ”falt fra” musikkindustriens formater til fordel for gratis musikknedlasting. Disse tre gruppene representerer ytterpunktene av bruk av musikkfiler og tradisjonelle musikkdistribusjoner, og naturlig nok representerer disse en mindre andel av de som totalt sett laster ned musikk. En stor gruppe mer ”vanlige” respondenter laster et lite til moderat antall låter og som eier moderat til mange CD-er faller utenfor denne tredelingen.

En statistisk metode for å beregne gruppeklassifisering som kalles *K-means cluster* muliggjør testing av påstanden om inndelingen i tre ytterposisjoner hva forholdet mellom bruk av musikkfiler og tradisjonelle distribusjonsformer angår. En slik analyse bekrefter at en slik tredeling er mulig å påvise i det statistiske materialet ved å danne clustere med utgangspunkt i variablene ”musikkinteresse”, ”nedlastingsvolum sist måned”, ”antall CD-er i CD-samling” og ”kjøp av musikk etter nedlasting”. Derimot viser analysen at bruk av en enkelt kategori for de ”vanlige” nedlasterne ikke er tilstrekkelig uttømmende, da den totale variasjonsbredden innenfor denne gruppen er svært stor. En femdelt klassifisering viser seg derimot å være svært mye mer uttømmende og presis:

Tabell 5.4.1-1: 5-delt klassifiseringsanalyse, i prosent

| Gruppe nummer: | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
|--|--|----------------------------|----------------------|----------------------|-----------------------|
| Musikkinteresse: (4="svært interessert", 1="lite interessert") | 3,6 ²⁸ (svært interessert) | 3,8 (svært interessert) | 3,5 (interessert) | 3,3 (interessert) | 2,6 (interessert) |
| Nedlastingsvolum sist måned: (1="under 25 låter", 3="over 100 låter") | 2,6 (over 100) | 1,2 (under 25) | 1,8 (25-100) | 2,7 (over 100) | 1,0 (under 25) |
| CD-eierskap: (1="under 25 CD-er", 3="over 75 CD-er") | 2,2 (25-75) | 2,8 (over 75) | 2,8 (over 75) | 1,1 (under 25) | 1,6 (25-75) |
| Kjøper musikk etter nedlasting? (1="ja ofte", 2="ja", 3="nei") | 1,7 (ja) | 1,6 (ja) | 2,9 (nei) | 2,8 (nei) | 2,5 (50/50 ja/nei) |
| Andel av nedlasterne (N=269) | 17,6 | 29,1 | 22,2 | 6,6 | 24,4 |

Som tabellen viser, er det statistisk belegg for alle de nevnte tre kategoriene fildelere; en gruppe, som i klassifiseringsanalysen over kalles gruppe nummer 4 består av respondenter som laster ned svært mye musikk men som praktisk talt ikke eier CD-er i det hele tatt og som nesten alltid hevder at de ikke har kjøpt musikk etter nedlasting. Dette er altså en gruppe som med en viss sannsynlighet ikke har forholdt seg til musikk på noen annen måte enn ved hjelp av datamaskin og Internett noen sinne, og denne gruppen har som antatt, undersøkt gjennom separat analyse den høyeste datainteressen blant de fem gruppene. Gruppen representerer derimot en svært liten andel av de som laster ned musikk totalt, kun knappe 7 % hører hjemme i denne gruppen. Den andre gruppen som var lett identifiserbar uten en matematisk analyse, lar seg også bekrefte; gruppen som i tabellen over kalles gruppe 1 er til tross for å ha et gjennomsnittlig svært stort nedlastingsvolum en gruppe som eier relativt mange CD-er og som kjøper musikk etter nedlasting; ved nærmere inspeksjon av tallene som middelveidien i tabellen overfor bygger på, viser det seg at ingen av respondentene i denne gruppen hevder aldri å ha kjøpt musikk etter nedlasting mens så mange som 25 % hevder at de *ofte* kjøper musikk etter nedlasting. Denne gruppe representerer også en mindre andel av respondentene totalt sett, disse står for snau 18 % av de som laster ned musikk i denne undersøkelsen. Også den tredje gruppen som ble diskutert overfor lar seg bekrefte ved hjelp av denne analysen; respondentene i tabellens gruppe 3 eier svært mye musikk, nesten utelukkende eier respondentene i denne gruppen over 75 CD-er, de laster ned relativt mye musikk men hevder nesten utelukkende at de aldri har kjøpt musikk etter nedlasting. Denne gruppen er nokså stor, 22,2 %, altså hører mer enn hver femte nedlaster i denne undersøkelsen til i denne gruppen.

²⁸ Tallene som denne analysemetoden genererer er formulert som den middelveidien av variabelens kodetall innenfor den enkelte gruppe.

Det som opprinnelig var forventet at skulle være en nokså homogen gruppe ”vanlige” nedlastere med et lavt nedlastingsvolum og et forholdsvis høyt antall tradisjonelle musikkdistribusjoner, viser seg å være mulig å dele inn i to nokså distinkt forskjellige grupper. Disse benevnes i tabellen over som gruppe nummer 2 og 5. Disse gruppene kjennetegnes riktignok begge av lavt nedlastingsvolum; begge grupper består så godt som utelukkende av respondenter som lastet ned under 25 låter sist måned. I gruppe 5 er andelen som lastet ned mer enn 25 låter ikke større enn 1,5 %, men likhetene slutter der. Mens respondentene i gruppe 5 er markant mindre musikkinteresserte enn de andre respondentene, eier et sted mellom ingen og 75 CD-er og i drøye halvparten av tilfellene aldri har kjøpt musikk etter nedlasting, er respondentene i gruppe 2 statistisk sett de mest musikkinteresserte av alle respondentene som nesten utelukkende eier over 75 CD-er og som i størst grad kjøper musikk etter nedlasting; i denne gruppen oppgir 36 % at de *ofte* kjøper musikk etter nedlasting mens ingen oppgir at dette aldri har skjedd.

Denne femdelingen viser at en liten gruppe antakelig aldri kjøper musikk i det hele tatt og følgelig bruker fildeling primært som et substitutt for kjøp av musikk, og en noe større gruppe nedlastere i utgangspunktet eier mye musikk i tradisjonelle distribusjonsformer bruker fildeling uten at det noen sinne resulterer i kjøp, enten det er på grunn av at de erstatter musikkjøp med gratisnedlastinger eller at de kjøper annen musikk enn det de laster ned slik at nedlastingene fungerer som en slags erstatter for kjøp som muliggjør kjøp av andre typer musikk. Disse respondentene erstatter rimelig sikkert potensielle musikkjøp med nedlasting, og de står for 28,8 % av de som laster ned musikk, altså i overkant av en av fire respondenter. En gruppe med mindre musikkinteresserte respondenter kjøper bare i noen grad musikk etter nedlasting, og en del av disse respondentene hører høyst sannsynlig til blant de som hovedsakelig bruker internettdistribuert musikk i stedet for å kjøpe CD-er. Denne gruppa laster gjennomsnittlig ned lite og eier noe mindre musikk enn mer musikkinteresserte respondenter, så det er ikke usannsynlig at denne gruppen totalt sett har ansvar for relativt få tapte salg. I den motsatte enden finner man to grupper som med unntak av nedlastingsvolum er relativt like; de eier svært mye musikk, er svært musikkinteresserte og ikke minst har alle i disse to gruppene kjøpt musikk etter nedlasting minst en gang. I denne gruppen er det en påviselig andel såkalte *sampler*, en av tre innenfor disse gruppene hevder at de ofte kjøper musikk etter å ha lastet den ned først, og man kan anta at andelen som primært laster ned musikkfiler for å prøve ny musikk er en del større enn 33 %, ikke minst da så mange som 73% av respondentene innenfor disse to gruppene oppgir ”musikk de ikke har hørt før som jeg har fått anbefalt av andre” som en viktig type filer de laster ned.

At det eksisterer flere forskjellige praksiser og anvendelsesområder for fildelingsteknologien er etter min mening helt i tråd med oppfatningen om hvordan teknologi konstrueres gjennom bruk. Nye teknologiformer er på ingen måte ferdig formet før de tas i bruk, og som diskutert i kapittel 2 karakteriseres nye teknologiformer av *fleksibilitet*, blant annet i forhold til anvendelse. Det er derfor interessant å se hvordan *musikkinteresse* er en faktor som virker som om den har betydning for hvordan fildelingsteknologi anvendes. Om man forutsetter at musikkinteressen er noe som har foreligget før mange tok fildelingsnettverkene i bruk, kan det virke som om musikkinteresse er en avgjørende faktor for hvordan respondentene oppfatter og anvender fildelingsteknologien. Inntrykket som skapes av dataene spørreundersøkelsen har generert, skaper et inntrykk av at mange respondenter som er forholdsvis lite musikkinteresserte anvender fildelingsteknologi for å skaffe musikk de ellers kanskje hadde betalt for. De musikkinteresserte, som kanskje nok i større grad er vant med å forholde seg til tradisjonelle musikkdistribusjoner benytter på sin side teknologien på en annen måte, være seg for å tilfredsstille behov musikkindustriens utsalgssteder ikke tilfredsstiller i tilstrekkelig grad eller for å utvide den musikalske horisonten. Det er ikke usannsynlig at dette skillet kan henge sammen med en forskjell i hvordan denne teknologien oppfattes, men en slik påstand er det ikke godt nok grunnlag for i disse dataene.

Kapittel 6:

FILDELING OG SKADEVIRKNINGER FOR INDUSTRIEN

Musikkbransjens rettighetsorganisasjoner og de store plateselskapene er svært klare på at konsekvensene av uautorisert fildeling har og i økende grad kommer til å ha svært alvorlige konsekvenser for industrien, både for plateselskapene, for samtlige ledd i distribusjonskjeden, for artistene og til syvende og sist også for publikum. Til tross for at man enkelt kan se for seg at gratis, forenklet tilgang på musikk uten særlig kvalitetstap kan føre med seg masseflukt fra musikkforretninger, er det høyst diskutabelt hvorvidt fildeling har ført til slike alvorlige konsekvenser hittil.

Som vist i kapittel 4 er det på et strukturdatanivå vanskelig å påvise at musikkindustrien har lidd store tap på grunn av fildeling. En ikke ubetydelig nedgang preget markedssituasjonen for tradisjonelle musikkdistribusjoner i perioden fra 1999 til 2003, men årstallene harmonerer relativt dårlig med tidspunktene de første fildelingstjenestene begynte å vokse fram på. Tatt i betraktning at salget av musikkproduksjoner var på det absolutt høyeste i det året som brukes som utgangspunkt, altså 1998, så kan utmerket godt *stagnasjon* være en mer presis betegnelse på markedssituasjonen. Mange faktorer kan ha påvirket salgstallene i negativ retning; i løpet av de seks-sju siste årene har salget av andre underholdningsmedieprodukter og kommunikasjonselektronikk økt betraktelig, og dessuten er det indikasjoner på at salget av musikk gjennom alternative distribusjonskanaler som bensinstasjoner og dagligvareforretninger har økt. Dessuten er det rimelig å anta at utenlandske Internettbaserte musikkbutikker som *Amazon* og *CDon.com* kan ha tatt en andel av det norske musikkmarkedet. Andre faktorer som i liten grad har latt seg dokumentere kan også tilsynelatende ha påvirket statistikken for salg av musikkdistribusjoner negativt, eksempelvis kan endringer i lagerrutiner og strategi hos store musikkjeder føre til at musikksalget målt i antall enheter levert fra distributør reflektere antallet faktiske solgte enheter galt.

Dataene på strukturnivå antyder altså at andre faktorer enn fildeling kan ha bidratt til hovedtyngden av de tapene musikkindustrien hevder er forårsaket av dette fenomenet, og dataene på bruker- og individnivå er konsistente med denne påstanden. Det er på et individnivå vanskelig å påvise en slik masseflukt fra musikkforretningene, det er heller lite som tyder på at ungdom stort sett har beveget seg bort fra kjøp av tradisjonelle musikkdistribusjoner. Med utgangspunkt i funnene i kapittel 5 kan man helt klart påstå at en andel av de mange unge som laster ned musikk

fullstendig har sluttet å kjøpe musikk i tradisjonelle distribusjonsformer. Samtidig finnes det mange andre typer bruk av nettverkssystemer for deling av musikkfiler enn for å erstatte kjøp av musikk. Oppgaven identifiserer flere andre typer bruk som alle er representert i varierende grad blant respondentene i undersøkelsen. En gruppe respondenter laster helt klart ned musikk i stedet for å kjøpe, og en gruppe på omkring 6 % bruker fildelingssystemer som sin eneste kilde for musikkdistribusjoner. Denne gruppen har aldri hatt noe forhold til musikk i tradisjonelle distribusjonsformer overhodet, eller kun unntaksvis. En noe større andel av respondentene oppgir dessuten at de eier og laster ned mye musikk, men samtidig at de aldri kjøper musikk etter nedlasting. Denne gruppa kan i noen grad bestå av respondenter som har erstattet kjøp av musikk i tradisjonelle distribusjonsformer med gratis digitale musikkfiler fullstendig. Samtidig er det en stor andel som *kjøper* musikk etter nedlasting og som eier *mye* musikk. En andel på minst 15 % av respondentene bruker samtidig hovedsakelig Internett som et verktøy for å prøvelytte eller *sample* musikk før de kjøper den i tradisjonell form. De som bruker Internett på denne måten bidrar høyst sannsynlig ikke til økonomisk tap for musikkindustrien, snarere tvert om.

I tillegg til musikk som også selges gjennom tradisjonelle distribusjonskanaler, er det mulig å identifisere tre andre typer ”innhold” som lastes ned. For det første laster en del respondenter ned musikk som er frigitt for nedlasting av artist eller selskap, for eksempel gjennom tjenester som NRKs *Urørt*, hvor artister uten tilknytning til musikkindustrien får publisere musikken sin. Sannsynligvis har en liten prosentandel av respondentene også publisert egen musikk gjennom slike tjenester. En annen type bruk som neppe påvirker salg av tradisjonelt distribuert musikk, er nedlasting av musikk som ikke finnes tilgjengelig i tradisjonelt distribuert form. Dette kan være musikk som ikke er lønnsom å gi ut på nytt, musikk som aldri har vært gitt ut i tradisjonelle distribusjonsformer eller musikk som av andre grunner ikke er tilgjengelig i salg. En siste type innhold er nedlasting av musikk respondentene allerede eier i tradisjonelle distribusjonsformer, være seg fordi kopisperren hindrer dem å bruke musikken på avspillingsutstyr for digitale musikkfiler, fordi musikken eies på LP eller på andre formater eller av tilgangshensyn. Det er mindre sannsynlig at denne typen nedlasting i stor grad fører til tapte salg, selv om musikkindustrien riktignok tidligere har tjent gode penger på at publikum har erstattet LP-samlinger med CD-er av den samme musikken. Om slike formatskifter, enten fra LP til CD eller fra CD til betalt lydfil, erstattes av nedlasting, kan dette potensielt føre til tap. På en annen side kan denne typen nedlastinger være en erstatning for privat kopifremstilling, for eksempel kopiering til kassett, CD-R eller for den saks skyld til musikkfil, heller enn erstatning for musikkjøp.

Et annet aspekt som avdekkes i undersøkelsen som er av betydning for forholdet mellom fildeling og industri, er at mye fildeling foregår innenfor allerede etablerte sosiale relasjoner gjennom personlige kommunikasjonssystemer som *MSN Messenger*. Omkring halvparten av de som laster ned musikk gjør musikk tilgjengelig for nedlasting gjennom slike systemer, selv om enkelte av disse riktignok også gjør musikk tilgjengelig på andre måter. Denne typen fildelingssystemer skiller seg fundamentalt fra de anonyme P2P-nettverkene ved at deling av filer innenfor disse systemene kan sies å befinne seg innenfor en av åndsverkslovens brukerrettigheter som tillater privat eksemplarfremstilling. Prinsipielt er ikke denne typen fildeling annerledes enn annen fildeling med hensyn til bruk, og slik fildeling kan like godt fungere som en erstatter for kjøp av musikk. Samtidig kan man argumentere for at dette bare er en form for kopiering som har funnet sted i andre former tidligere, på kassett, på Minidisc og på CD-R. Slik fildeling foregår på lik linje med tidligere former for kopifremstilling blant et begrenset antall personer, og selv om den digitale teknologien tilrettelegger for enklere og bedre kopifremstilling, kan man forvente at effekten av slik fildeling ikke er betydelig mye større enn effekten av tidligere kopifremstillingsteknologier. Om dette er tilfelle, vil ikke slik fildeling ha bidratt til en stor reduksjon i antall solgte enheter.

Med innsikter fra både analyse av strukturdata i kapittel 4 og brukerdata i kapittel 5, er det lite som indikerer at fildeling har forårsaket stor økonomisk skade på musikkindustrien. Selv om datagrunnlaget på individnivå verken er perfekt representativt for gruppen eller er representativt for hele den norske befolkning, gir materialet likevel et godt grunnlag for å påstå at bruken av fildeling hittil er noe som i stor grad foregår parallelt med og som et supplement til musikk distribuert i tradisjonelle distribusjonsformer. Selv om noen ”faller av” det tradisjonelle markedet, begrenses sannsynligvis effekten av disse ved at enkelte bruker Internett som et verktøy som tilrettelegger for og stimulerer kjøp av tradisjonelle musikkdistribusjoner. Brukerdataene viser helt klart at fildelingsteknologien anvendes på andre måter enn hvordan denne teknologiens anvendelse forstås av industrien, og det virker sannsynlig at mange unges anvendelse og forståelse av denne teknologiformen er relatert til hva slags forhold de har hatt til musikk fra før. Brukerdataene viser helt klart at denne nye teknologiformen inneholder et større rom for fleksibilitet i forhold til anvendelse enn hva industrien har oppfattet. Strukturdataene på sin side viser helt klart at markedet for musikkdistribusjoner er komplekst og utsatt for påvirkning fra mange andre hold enn fildeling, og selv om fildeling nok kan ha hatt noen effekt er det mange andre faktorer som kan ha langt større betydning. Utviklingen i musikkmarkedet er dessuten lite konsistent med en hypotese om at fildeling skal ha en så direkte effekt på musikkindustriens resultater som industrirepresentanter som blant andre RIAAs Cary Sherman har hevdet, blant annet ved sitatet i

innledningen av denne oppgaven. Om fildeling skulle være hoveddrivkraften bak industriens endringer fra slutten av 90-tallet, burde man forvente en mer entydig nedadgående trend internasjonalt. Man burde også kunne forvente at nedgangens intensitet økte med en nærmest eksponentiell faktor her til lands, sett i lys av blant annet spredningen av raske Internetttoppkoblinger blant befolkningen og ikke minst i lys av tallene som viser at fildeling nå er en Internettaktivitet som så godt som alle unge nå har praktisk erfaring med. At nedgangen ikke har vært av en slik karakter, men snarere har bremsset opp og snudd til forsiktig oppgang, kan etter min mening ikke tilskrives industriens innsats for å håndtere problemet. Det er få indikasjoner i brukerdatamaterialet på at industriens tiltak har hatt effekt overhodet. Som jeg vil komme tilbake til har få har betenkeligheter med å laste ned musikk fra Internett. Dessuten var bevisstheten rundt den aktuelle lovgivningen fremdeles på det punktet undersøkelsen ble gjennomført heller dårlig, og få hevder at de påvirkes av de internasjonale søksmålene mot fildelere.

Alt i alt bidrar både markedsanalysen og analysen av fildelingsbruk blant unge til å skape et inntrykk av at bruk av digitalt distribuert musikk *ikke* per i dag står i noe motsetningsforhold til musikkindustrien og de tradisjonelle distribusjonsformenes fortsatte eksistens. Det er med grunnlag i disse dataene lite som indikerer at musikkindustrien fram til nå har vært påført alvorlig skade på grunn av deling av musikkfiler.

En form for skade musikkindustrien derimot kan ha blitt påført, avdekkes i kapittelet som tar for seg de unges holdning overfor fildeling og overfor industriens tiltak for å begrense deling av musikkfiler på Internett. De færreste respondentene er positive til bransjens kopisperretiltak, og mange har en negativ eller svært negativ holdning til disse tiltakene. Den negative holdningen til disse tiltakene går igjen uavhengig av hvorvidt respondenten eier mye eller lite musikk i tradisjonelle distribusjonsformer, og selv om andelen som oppfatter dette som et positivt tiltak er høyere blant respondenter som laster ned lite eller ingen musikk, er det selv blant disse respondentene mer enn halvparten som oppfatter dette tiltaket som negativt eller svært negativt. Rettssaker i utlandet synes også å ha hatt liten effekt på fildelerne, kun få nedlastere og fildelere hevder at de på noen måte føler seg truet av den internasjonale bransjens juridiske framstøt mot enkeltbrukere, og dessuten er kunnskapsnivået om lovgivningen rundt deling av musikkfiler temmelig dårlig. Slik dette fremstår har bransjens tiltak ikke bare vært ineffektive, men direkte uheldige. Ikke bare har de tiltakene bransjen har gjennomført hatt liten effekt, men disse har i stor grad bidratt til å stille bransjen i et negativt lys. De spurte i undersøkelsen viser tydelig at de har liten eller ingen forståelse for kopikontroll slik denne har vært implementert foreløpig, og ser man

på den offentlige oppmerksomheten disse sperrene har fått, er det lite som tyder på at holdningen til slike tekniske tiltak er noe annerledes blant andre viktige konsumentgrupper. At bransjens massesøksmål mot privatpersoner kan representere et omdømmemessig problem, trenger man knappest kvantitativt materiale for å forstå, særlig i lys av hvor mye oppmerksomhet de tidligste søksmålene og ikke minst de urimelige kravene om erstatning fikk i media. All den tid disse søksmålene i det minste her til lands ser ut til å være lite effektive selv som et ledd i en skremselskampanje, er det mye som peker mot at også disse tiltakene er lite annet enn dårlig reklame. I en situasjon hvor musikkindustrien står overfor utfordringer som det digital musikkdistribusjon representerer, hvor omstillinger og endringer kan være nødvendige for å sikre et fortsatt inntektsgrunnlag, er slik dårlig reklame svært negativt. Dårlig publisitet som dette kan føre til redusert anseelse blant viktige kundegrupper, også blant de som fremdeles kjøper all sin musikk i tradisjonelle distribusjonsformer, og ikke minst kan det føre til at industrien mister politisk godvilje.

Selv om det er lite sannsynlig at fildeling av musikk har forårsaket store skadevirkninger på musikkindustrien til nå, og at den måten fildeling brukes i dag fører til store økonomiske tap, er det vanskelig å hevde bombastisk at fenomenet *ikke* kommer til å kunne ha konsekvenser for musikkindustrien i framtida. Til tross for at den totale summen av alle de forskjellige fildelingspraksisene man finner blant de unge neppe skader industrien i stor grad i dag, kan den fleksibiliteten og den dynamiske sosiale prosessen som definerer teknologiformens tolkning og anvendelse resultere i at balansen mellom de forskjellige praksisene endres på en slik måte at kjøpserstattende nedlasting blir dominerende. Ironisk nok kan industriens ensidige fokus på at ”all nedlasting er pirateri” faktisk bidra til å tilrettelegge for en slik forskyvning, da slike påstander impliserer og formidler en forståelse av fildelingsteknologiens primære anvendelsesområde som en erstatning for kjøp av musikk. Periodevis har også medieoppslagene rundt uttalelser og tiltak fra industriens side vært å forstå som rene reklameplakater for den fildelingspraksisen som er å oppfatte som kjøpserstattende.

Både at en liten andel unge aldri har forholdt seg til musikk i noe annet distribusjonsformat enn digitale musikkfiler og at det kan virke som om en ikke ubetydelig andel fildelere ’faller fra’ musikkindustriens distribusjonsformater, kan indikere at utviklingen for musikkindustriens del kan være i negativ retning på sikt. En komplett kollaps av den eksisterende musikkindustrien er derimot lite sannsynlig, noe som Helmer ganske enkelt formulerer årsakene til;

For a total collapse to happen we need a 100 % household implementation of the use of p2p-software and MP3-technique, a situation not likely to happen. Aside from a 100 % technique implementation we need also the consumer preferences towards pre-recorded CD-albums to vanish. None of these situations are likely to happen, and definitely not at the same time. (Helmer 2003:21)

Imidlertid er det ikke usannsynlig at industrien bør gjøre noen grep for å sikre sin fremtidige eksistens. Med tanke på at en av tre nedlastere oppgir at de er interessert i å betale for å laste ned musikkfiler til tross for at de per i dag kan gjøre dette gratis, er det tydelig at det er viktig for industrien snarest å etablere gode betalingsløsninger slik at disse potensielle kundenes behov ivaretas. En del av de som det kan virke som om ”faller fra” de tradisjonelle distribusjonsformene er i utgangspunktet svært musikkinteresserte som er vant med å betale for musikken de lytter til. Det er sannsynlig at en del av disse benytter seg av digitale musikkfiler framfor tradisjonelle distribusjonsformer på grunn av formatets og mediets fordeler heller enn fordi digitale musikkfiler er gratis. Gode løsninger for digital distribusjon av musikk fra industriens side vil sannsynligvis kunne ha stor appell til denne gruppen av musikkpublikummet, fordi en slik løsning vil kunne være kvalitativt bedre enn hva de gratis fildelingstjenestene er. De gratis fildelingstjenestene har utvilsomt svakheter som en lovlig tjeneste ikke vil ha, som dårlig lyd kvalitet, usikkert innhold (med hensyn til virus, ødelagte filer, pornografi med mer), dårlige nedlastingshastigheter og et relativt sett begrenset utvalg av mindre populær musikk. Man kan anta at et slikt system vil være i stand til å fange opp en stor del av de musikkpublikummet som i utgangspunktet har betalt for musikk men som ”faller fra” fordi industriens tilbud ikke tilfredstiller deres behov på samme måte som de uautoriserte tjenestene gjør. At det eksisterer et marked for slike betalingstjenester på tross av at man gratis kan laste ned musikk, illustreres også gjennom de aktørene som i det siste har satset på betalnedlasting. I perioden fra min undersøkelse ble gjennomført til oppgaven ble ferdigstilt et snaut år senere har betalingsnedlasting gått fra å være et marginalt fenomen til å være et reelt *marked*. Store og seriøse aktører som allerede representerer etablerte merkevarer innen innenfor IKT- og underholdningsmediebransjen, slik som Apple, Microsoft, TV2, VG og CDON.com har etablert seg med slike løsninger i Norge, og i tillegg har flere mindre aktører kommet med egne løsninger. Salgsstatistikk fra USA presentert i kapittel 4 viser dessuten at det digitale markedet langt på vei har erstattet de tapte inntektene fra det voldsomme fallet i omsetning av singler i USA, og det er ikke usannsynlig at det norske digitale markedet vil utvikle seg på en tilsvarende måte.

I følge portalsjef i MSN Norge Helge Birkelund som siteres i en artikkel i Aftenposten er pågangen i markedet for digitale musikkdistribusjoner svært stor, og han hevder at ”*Det er tydelig at nordmenn etter spør lovlig nedlasting. Vi merker også at pris ikke er det viktigste*” (Bjørkeng 2005). Imidlertid peker dataene fra denne undersøkelsen i en annen retning; i underkant av 50 % av de som er villige til å

betale for nedlasting og kun snaut 30 % av alle de spurte mener at 6 kroner er en bra pris for nedlasting av en låt. Disse tallene kan gjøre at det kan virke noe urealistisk å kunne gjennomføre en nedlastingsløsning på de unges premisser i praksis, men tallene kan også tolkes på en annen måte. Tallene *kan* indikere at andre forretningsløsninger må på plass for å få de unge til å betale for musikknedlastinger, ikke minst siden det som denne oppgaven slår fast eksisterer mange forskjellige måter å bruke digitale musikkfiler på. Industrien er imidlertid i full gang med å utforske alternative betalingsløsninger, for eksempel har MSN i følge Aftenposten flere prismodeller til vurdering, og enkelte gjennomføres allerede. For eksempel kan man enten laste ned musikk som kan lagres på harddisken for 8 kroner låten eller 80 kroner pr. album, eller man kan betale 20 øre for en enkelt gjennomlytting av en låt, altså en mer jukeboks-aktig løsning. En tredje løsning som vurderes er leieløsninger, hvor man for eksempel betaler et fast beløp for å få tilgang til hele katalogen i et avgrenset tidsrom (Bjørkeng 2005).

Kapittel 7: **OPPSUMMERING**

I dette kapittelet vil jeg kort oppsummere hovedlinjene i denne oppgaven. De to viktigste målene formulert i oppgavens problemstillinger og hypoteser strukturerer denne oppsummeringen; oppgavens *kartleggende* målsetning i forhold i hvilken grad og hvordan fildeling anvendes og forstås blant norsk ungdom, og oppgavens analytiske målsetning i forhold til fildelingens effekt på den norske musikkindustrien.

7.1 HOVEDFUNN

Denne avhandlingen viser at musikknedlasting er et svært utbredt fenomen blant norsk ungdom. Aktiviteten forekommer på tvers av mange bakgrunnsvariabler som egen og husstandens inntekt, studieretning og ikke minst kjønn, selv om det er indikasjoner på at tilnærmingen til musikknedlasting er forskjellig blant gutter og jenter. Omtrent fire av fem av respondentene laster ned musikk, men de fleste av disse laster ned heller lite, og de fleste forholder seg fremdeles til musikk i tradisjonelle distribusjonsformater. De unge oppfatter imidlertid i stor grad ikke fildeling som tyveri og er i liten grad redde for juridiske konsekvenser for sin nedlasting, noe som kan henge sammen med at det hersker en viss forvirring om lovgivningen som angår fildeling.

Deling av musikkfiler er ikke like vanlig som nedlasting, men i forhold til hva statistikk om fildelingsnettverkene andel gratispassasjerer viser, er andelen norsk ungdom som deler filer overraskende stort. Samtidig deler langt i fra alle i åpne, offentlige systemer, mange av respondentene deler musikk i private meldingssystemer som *MSN Messenger*. Dette er et interessant funn fordi det illustrerer at deling av musikk i stor grad foregår innenfor allerede etablerte sosiale relasjoner. Særlig blant jentene er dette vanlig, de fleste jentene som deler musikk benytter seg av slike private systemer.

Funnene i oppgaven er ikke konsistente med en påstand om at ”all nedlasting er pirateri”, slik enkelte av musikkindustriens fremstillinger har antydnet, selv om oppgavens funn helt klart indikerer at enkelte unge bruker musikknedlasting og musikkfiler som eneste distribusjonsform for musikk, og at en større gruppe unge kan synes å erstatte kjøp av musikk i tradisjonelle distribusjonsformer med nedlasting. Funnene i oppgaven viser at musikkinteresse er en egenskap som kan settes i sammenheng med nedlasting av musikk, og svært mange nedlastere har i stor grad

et forhold til musikk i tradisjonelle distribusjonsformer. Dette antyder at nedlasting og deling av musikk på Internett ikke utelukkende er en disruptiv praksis i streng forstand.

Oppgavens funn viser også at det eksisterer flere forskjellige praksiser i forhold til musikknedlasting. Noen laster helt klart musikk i stedet for å kjøpe den i musikkforretninger, men det er sterke indikasjoner på at de tre andre typene innhold og praksis som Lessig argumenterer for at finnes foregår blant norsk ungdom, både autorisert nedlasting, nedlasting som *sampling* og nedlasting av innhold som ikke er tilgjengelig på en annen måte. En femte praksis vises også i avhandlingen, nemlig nedlasting av musikk som respondentene allerede eier i tradisjonelle distribusjoner fra før, og det er tydelig at denne nye teknologiformen ennå preges av en viss fleksibilitet med hensyn til forståelse og anvendelse.

Alt i alt viser oppgaven at selv om en hypotese om at musikknedlasting forårsaker tapte salg ikke kan avkreftes, er fildeling et mer komplekst fenomen, og det er tydelig at selv om visse fildelingspraksiser fører til tapte salg, står ikke dette i et motsetningsforhold til hypotesen om at fildeling har andre bruksområder som fremmer kjøp av musikk eller som kan eksistere parallelt med bruk av kjøpt musikk.

Både analysen av markedet for tradisjonelle distribusjoner og analysen av dataene fra spørreundersøkelsen peker i samme retning når det gjelder skadevirkningene nettdistribuert musikk har hatt og har på musikkindustrien og de tradisjonelle distribusjonsformene. Markedet for musikkdistribusjoner påvirkes av mange andre faktorer enn fildeling, og det er sannsynlig at en eller flere av disse faktorene kan ha forårsaket eller i det minste kan ha bidratt til den salgsnedgang eller stagnasjon som musikkindustrien opplevde fra 1999 til 2003. Funnene fra markedsanalysen sett sammen med funnene på brukernivå fra spørreundersøkelsen skaper et mer nyansert bilde av fildelingsfenomenet og ikke minst effekten fildeling har hatt på musikkindustrien. Selv om avhandlingen på ingen måte kan avkreftes at fildeling har negativ effekt, falsifiseres påstander om at fildeling har hatt en så betydelig effekt på musikkindustrien at fenomenet kan omtales som hoveddrivkraften bak industriens nedtur slik blant annet musikkindustrien har hevdet, eksemplifisert ved Cary Shermans sitat i innledningen av oppgaven.

7.2 ”VEIEN VIDERE”

Funnene i denne oppgaven er i det minste etter min mening svært interessante, fordi både analysen av brukerdata og strukturdata peker i retning av at fildelingsfenomenet er et langt mer komplekst

fenomen enn hva blant annet musikkindustrien har hevdet. Imidlertid har oppgaven visse svakheter; og det er viktig å framheve at dataene på brukernivå *ikke* er representative statistisk sett. Den tilnærmede representativiteten gjør allikevel materialet svært nyttig, ikke minst fordi det kan være *hypoteseskapende*. Flere områder for videre forskning vises i løpet av analysene, og særlig er etter min mening behovet for *kvalitative* forskningsinnsatser stort.

Motivasjon og *innhold* er to aspekter som det etter min mening kan være interessant å undersøke videre. Undersøkelsen viser tydelig at noen grupper laster ned musikk som et substitutt for kjøp, mens andre bruker fildelingssystemer som et verktøy for å få kjennskap til og prøvelytte til musikk som senere kjøpes. Mange befinner seg imidlertid antakelig i en mellomposisjon; at de kjøper noe musikk og laster ned noe musikk de kanskje ellers ville ha kjøpt eller aldri ellers ville ha hørt på. En interessant hypotese som indikeres i denne oppgaven er at det kan være forhold knyttet til kvalitative vurderinger som ligger bak beslutningen om å kjøpe eller å laste ned i stedet for å kjøpe, som for eksempel at musikk man likevel hører ofte på radio eller på musikkfjernsyn sjeldnere kjøpes enn annen musikk. En grundig kvalitativ undersøkelse av både *hva* som lastes ned og *hvorfor* musikk lastes ned og kjøpes eller ikke kjøpes kan absolutt være spennende.

En annen faktor som kan være interessant å undersøke er de *sosiale aspektene* av fildeling. Til tross for at andelen som hevder at de bruker ”chat” i forbindelse med fildeling, laster ned musikk i kommunikasjonssystemer som *MSN Messenger*, og enkelte fildelingssystemer som *Direct Connect*²⁹ har preg av å være virtuelle samfunn uten at dette nødvendigvis innebærer at det samtales. Særlig spennende er etter min mening undersøkelser av motivasjon for bruk av fildeling samt av hva som lastes ned i forhold til de sosiale aspektene ved slike systemer.

Mange andre tilnærminger er selvsagt mulig, men et tredje og siste aspekt er knyttet til den lille gruppen som ikke synes å ha noe forhold til musikk i tradisjonelle distribusjoner i det hele tatt. Særlig spennende er det å se denne gruppens motivasjon og ikke minst holdning overfor musikkindustrien – om dette er en gruppe som ikke assosierer musikk og musikkproduksjon som med kostnader være seg på konsumentplan eller på produksjonsplan. Denne gruppen kan det også være interessant å undersøke over tid.

²⁹ Se Marksten (2005) for en grundig beskrivelse av hvordan dette systemet skiller seg fra andre fildelingsapplikasjoner.

LITTERATURLISTE

- Aftenposten (2003) [NTB] ”Eksplisiv økning i piratkopiering i Aftenposten” (08.03.03) hentet fra <http://www.aftenposten.no/nyheter/nett/article504703.ece> (03.11.05)
- Alderman, John (2002) *Sonic Boom – Napster, MP3, and the New Pioneers of Music* Cambridge: Perseus Publishing Services
- Andersen, Espen (2005) “Åndsverk, marked og teknologi - når kartet ikke stemmer med terrenget - Et innspill til diskusjonen om den nye åndsverksloven (Ot.prp. 46)” hentet fra www.espen.com/papers/EA-2005-andsverksloven.pdf (06.12.05)
- Andreassen, Kolbjørn (2004) “Høyt spill - Spiller for 1,5 milliarder kroner” hentet fra Økonomisk Rapport [online] (22.04.04) på http://www.orapp.no/oversikt/Argang_2004/11162/teknologi/11244 (14.11.05)
- ARIA (2005) ” Australian sales by unit for the years ended 31 december” hentet fra <http://www.aria.com.au/pages/documents/Table2.pdf> (08.11.05)
- Avalon, Moses (2004) “Nielsen Rating System At Odds With RIAA's Claim Of "Lost Sales"” hentet fra Music Dish [online] (24.04.2004) på <http://musicdish.com/mag/index.php3?id=9452> (14.11.05)
- Batzer, Vilde og Skogly, Morten (2005) “Spørsmål og svar” hentet fra <http://www11.nrk.no/urort/article.aspx?articleid=4469897> (19.11.05)
- BBC (2004) ”UK music sees record album sales” i *BBC News World Edition* [online] 26.11.2004, hentet fra <http://news.bbc.co.uk/2/hi/entertainment/4044303.stm> (14.11.05)
- Berge, John (2004) ”Pirat tatt på Grønland i Oslo” hentet fra *Release* [online] (27.08.04) på <http://www.release.no/content/news/98223846> (14.11.05)
- Bijker, Wiebe E. (1995) *Of Bicycles, Bakelites, and Bulbs – Toward a Theory of Sociotechnical Change* Cambridge: The MIT Press
- Bjørkeng, Per kristian (2005) ”Laster ned og kjøper musikken” i Aftenposten (04.09.05)
- Blackburn, David (2004) “On-line Piracy and Recorded Music Sales” hentet fra http://kuznets.fas.harvard.edu/~dblackbu/papers/blackburn_fs.pdf (14.11.05)
- Borstin, Eric S. (2004) “Music Sales in the Age of File Sharing” levert ved Princeton University, hentet fra <http://www.princeton.edu/~eboorsti/thesis/Music%20Sales%20in%20the%20Age%20of%20File%20Sharing.pdf> (14.11.05)
- Bounie, David et. al. (2005) “Pirates or Explorers - Analysis of Music Consumption in French Graduate Schools” hentet fra <http://www.crest.fr/seminaires/lei/..%5C.%5Clabo%5Clei%5Clunch%20seminaire%5CMarcPatrick.pdf> (14.11.05)

- Boycott-riaa.com (udatert) ” Michael Greene President and CEO of the Recording Academy speech during the Grammy Awards Feb. 27, 2002” hentet fra http://www.boycott-riaa.com/education/grammy_speech (02.11.05)
- Braathen, Frøydis (2005) ” Eksplosiv vekst i netthandelen” i *Aftenposten* [online] (09.01.2005) på <http://forbruker.no/pengenedine/netthandel/article944553.ece> (14.11.05)
- Carey, Mark og Wall, David (2001) “MP3: The Beat Bytes Back” hentet fra *International Review of Law Computers & Technology* 15 (1): 35-58
- Christensen, Clayton M. (1997) *The Innovator's Dilemma – When New Technologies Cause Great Firms to Fail* Harvard Business School Press
- Dagens Næringsliv (2004) ”Har 20 store norske selskaper i kikkerten” i *Dagens Næringsliv* (19.09.04)
- Dahn Næss, Therese (2005) "Mobile tjenester : en oversikt over de vanligste mobile tjenester som tilbys i Norge pr 1.2.2005” hentet fra <http://www.media.uio.no/prosjekter/internettiendring/downloads/mobil.pdf> (14.11.05)
- Edison Research (2003) “The National Record Buyers Survey III” hentet fra http://www.edisonresearch.com/home/archives/2003/06/the_national_re_2.html (08.11.05)
- EE-bransjen (2005a) ”Nøkkelinformasjon Elektro- og elektronikkbransjen per januar 2005” hentet fra <http://www.ee-bransjen.no/pub/filer/200502033.doc> (08.11.05)
- EE-bransjen (2005b) ”Totalomsetning mobil- og trådløse telefoner fra 1998-2004” hentet fra <http://www.ee-bransjen.no/pub/filer/200502034.xls> (08.11.05)
- EE-bransjen /2005c) ”Statistikk 1999-2004 og prognoser 2005-2006” hentet fra <http://www.ee-bransjen.no/pub/filer/200502032.ppt> (08.11.05)
- Eilertsen, Rune T. (2005) ”Kopiering av opphavsbeskyttet innhold - Musikk, Lydproduksjoner, Audiovisuelt innhold” hentet fra <http://www.norwaco.no/nyhetsbrev/mmirapport2005.pdf>
- Feuilherade, Peter (2004) “Online piracy 'devastates' music” hentet fra <http://news.bbc.co.uk/1/hi/technology/3532891.stm> (02.11.05)
- Fjeld Olsen, Rune (2004) ”Spillmarkedet vokser i Norge” hentet fra *VG NETT* [online] (01.09.2004) på <http://www.vg.no/pub/vgart.hbs?artid=242689> (14.11.05)
- Garofalo, R. (1999) “From Music Publishing to MP3: Music and Industry in the Twentieth Century” i *American Music* 17(3): 318–53.

- Gopal et. al. (2004): "Do Artist Benefit From Online Music Sharing?" hentet fra http://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract_id=527324 (14.11.05)
- Gramstad, Thomas (2003) "Kopieringens etikk" hentet fra *Norsk Medietidskrift* 10 (1): 121-137
- Graziano, Mike and Rainie, Lee (2001) "The music downloading deluge" hentet fra www.pewinternet.org/reports/toc.asp?Report=33 (08.11.05)
- Grønnestad, Dag (1999) "To be on the net or not to be – om musikkalbum, Internett og bundling av kulturvarer" hentet fra www.jmg.gu.se/fsmk/papers/gronnestad.html
- Grønnestad (2002) "Fonogrammer" hentet fra *Ballade* [online] på <http://www.ballade.no/nmi.nsf/doc/art2002102409320199420462> (14.11.05)
- Hannemyr, Gisle (2002) "Foucault i kyberrommet – Forbrukerrettigheter og teknologiske sperrer i vår digitale hverdag" hentet fra Slaata, Tore [red.] *Digitalt marked* Oslo: Gyldendahl Norsk Forlag AS s. 41-63
- Hannemyr, Gisle (2003) "Digitale laster - lovlig nedlasting av musikk: Erfaringer som forbruker" hentet fra <http://folk.uio.no/gisle/essay/ipr05.html> (14.11.05)
- Haraldsen, Gustav (1999): *Grunnregler for formulering av spørsmål og svaralternativer i Spørreskjemametodikk etter kokebokmetoden* Oslo : ad Notam Gyldendal
- Heimsvik, Erlend et. al. (2005) "Pandoraundersøkelsen 2005 – bruk av musikk og Internett blant ungdom i Trondheim" Rapport, Institutt for tverrfaglige kulturstudier, NTNU hentet fra <http://www.hf.ntnu.no/hf/tverrfaglig/forskning/prosjekter/ikt/pandoraundersokelse%202005> (14.11.05)
- Hellevik, Ottar (2002): *Forskningsmetode i sosiologi og statsvitenskap* Oslo: Universitetsforlaget
- Hellmer, Stefan (2003) "Will music file sharing over the Internet influence the commercial market for prerecorded music?" hentet fra *Markets in the Information Age*, Konkurrencesverket, Stockholm på <http://www.iem.bth.se/she/> (14.11.05)
- Henry, Gary T. (1990) *Practical sampling* Newbury Park: Sage Publications
- IFPI (2001) "IFPI Network: The newsletter of the international recording industry" utgitt oktober 2001 på <http://www.ifpi.org/site-content/library/newsletter8.pdf> (08.11.05)
- IFPI (2004) "IFPI online music report" hentet fra <http://www.ifpi.org/site-content/library/online-music-report-2004.pdf> (08.11.05)
- IFPI (2005) "One in three music discs is illegal but fight back starts to show results" hentet fra <http://www.ifpi.org/site-content/press/20050623.html> (08.11.05)
- IFPI (udateret) "Diverse statistikk: omsetning 1977-2003", salgstall 1977-2004 (!), hentet fra <http://www.ifpi.no/statistikk/omsetning.htm> (08.11.05)

- Kovacs, Albert Z. (2001) "Quieting the virtual prison riot: Why the Internet's spirit of "sharing" must be broken" hentet fra <https://www.law.duke.edu/journals/dlj/articles/DLJ51P753.HTM> (14.11.05)
- Larsen, Vegard (2005a) "Boikott kopisperren" i *Dagbladet* [online] (23.02.2005) hentet fra <http://www.dagbladet.no/kultur/2005/02/23/424232.html> (17.11.05)
- Larsen, Vegard (2005b) "Hvem her laster ned musikk?" i *Dagbladet* [online] (06.04.2005) hentet fra <http://www.dagbladet.no/kultur/2005/04/06/428079.html> (17.11.05)
- Lenhart, Amanda et. al. (2000) "Downloading Free Music: Internet music lovers don't think it's stealing", Pew Internet and American Life Project hentet fra <http://www.pewinternet.org> (14.11.05)
- Lessig, Lawrence (2002) *The Future of Ideas - the fate of commons in a connected world* New York: Random House USA Inc
- Lessig, Lawrence (2004) *Free Culture - How Big Media Uses Technology and the Law to Lock Down Culture and Control Creativity* New York: The Penguin Press, tilgjengelig på <http://www.free-culture.cc/freeculture.pdf> (14.11.05)
- Lie, Merethe (2002) "M - F- Neuter: Kjønnsparadokser på nett" hentet fra Slaata, Tore [red.] *Digital makt* Oslo: Gyldendahl Norsk Forlag AS s. 157-173
- Liebowitz, Stan (2003) "Will MP3 downloads Annihilate the Record Industry? The Evidence so Far" hentet fra <http://www.pub.utdallas.edu/~liebowit/intprop/records.pdf>
- Liebowitz, Stan (2004) "File Sharing: Creative Destruction or just Plain Destruction?" Hentet fra <http://www.utdallas.edu/~liebowit/intprop/destruction2.pdf>
- Liestøl, Gunnar og Rasmussen, Terje (2003) *Digitale medier - en innføring* Oslo: Universitetsforlaget
- Lignell, Anders (2005) "Piraterna lugnar ned sig" i hentet fra *Dagens Industri* [online] (05.04.2005) på <http://di.se/Nyheter/?page=%2fAvdelningar%2fArtikel.aspx%3fstat%3d0%26ArticleID%3d2005%5c05%5c04%5c142857%26SectionId%3dIT%26menusection%3dITTelekom%3bITTeleko> (14.11.05)
- Madden, Mary og Lenhart, Amanda (2003) "Pew Internet Project Data Memo: Music Downloading, File-sharing and Copyright" hentet fra www.pewinternet.org/reports/toc.asp?Report=96 (11.11.05)
- Marksten, Ole Magnus (2005) "P2P-fildeling: en oversikt over nettverk og programvare for fildeling på Internett" hentet fra <http://www.media.uio.no/prosjekter/internettiendring/downloads/p2p.pdf>
- McLuhan, Marshall (1994)[1964] *Understanding Media – the extensions of man* Boston: The MIT Press
- Medienorge (udatert [1]) "Lytting til fonogram en gjennomsnittsdag", hentet fra <http://www.medienorge.uib.no/main.cfm?ID=87&Medium=Fonogram> (08.11.05)

- Medienorge (udatert [2]) ”Internettbruk i prosent”, hentet fra <http://www.medienorge.uib.no/main.cfm?ID=266&Medium=IT> (08.11.05)
- Medienorge (udatert [3]) ”Kinobesøk”, hentet fra <http://www.medienorge.uib.no/main.cfm?ID=164&Medium=Film> (08.11.05)
- Medienorge (udatert [4]) ”Antall solgte bøker fra forlag”, hentet fra <http://www.medienorge.uib.no/main.cfm?ID=293&Medium=Boker> (08.11.05)
- Medienorge (udatert [5]) ”Fonogramomsetning (CD, MC, LP, Singel) <http://www.medienorge.uib.no/main.cfm?ID=90&Medium=Fonogram> (08.11.05)
- Nag, Wenche (2005) “Fire regimer for innholdsdistribusjon i digitale medier” i *Norsk Medietidsskrift* 12 (3): 194-213
- National Statistics (2004) ”Music sales: by age, 2002”, hentet fra <http://www.statistics.gov.uk/StatBase/Expodata/Spreadsheets/D7183.xls> (08.11.05)
- National Statistics (2003) “Sales of CDs, LPs, cassettes, and singles”, hentet fra <http://www.statistics.gov.uk/StatBase/Expodata/Spreadsheets/D6507.xls> (08.11.05)
- Norbert, Michel (2004) “Internet File Sharing: The Evidence So Far and What It Means for the Future” i *Backgrounder* [online] (23.08.2004) hentet fra <http://www.heritage.org/Research/InternetandTechnology/bg1790.cfm> (03.12.05)
- Norstat (2005) ”pepsi pop-panel” mottatt pr. e-postkorrespondanse med PR-operatørene AS
- NPD Group (2003) “Declining Music Sales: It’s Not All Digital Downloading” hentet fra http://www.npd.com/dynamic/releases/press_030605.htm (14.03.2005)
- NSM (Norsk Spill- og Multimedialeverandørforening) (2005) ”Tall for NSM”, mottatt i korrespondanse med NSM
- Nua Internet Surveys (2002) “Forrester Research: Downloading music files a hit with Europeans” hentet fra http://www.nua.ie/surveys/index.cgi?f=VS&art_id=905358424&rel=true (02.11.05)
- Nærings- og handelsdepartementet (2004) eNorge - tilstandsrapport hentet fra http://odin.dep.no/filarkiv/211754/eNorge_tilstandsrapport_2004_web.pdf (02.11.05)
- Oberholzer, Felix og Strumpf, K Coleman (2004) “The Effect of File Sharing on Record Sales – An Empirical Analysis” hentet fra www.unc.edu/~cigar/papers/FileSharing_March2004.pdf (14.11.05)
- P2Pnet.net (2004) ”Big Music is devastated: RIAA” hentet fra <http://p2pnet.net/story/897> (02.11.05)
- Peitz, Martin og Waelbroeck, Patrick (2004a) “The Effect of Internet Piracy on CD Sales: Cross-Section Evidence” Cesifo Working Paper No. 1122 Category 9: *Industrial Organisation* Januar 2004

- Peitz, Martin og Waelbroeck, Patrick (2004b) "An Economist's Guide to Digital Music" CESifo Working Paper Series No. 1333, hentet fra <http://ssrn.com/abstract=628961> (14.11.05)
- Peitz, Martin og Waelbroeck, Patrick (2004c) "File-Sharing, Sampling, and Music Distribution", International University in Germany Working Paper 26/2004, hentet fra <http://ssrn.com/abstract=652743> (14.11.05)
- Post- og teletilsynet (2004) "Det norske telemarkedet 2003" hentet fra http://www.npt.no/pt_internet/venstremeny/publikasjoner/telestatistikk/statistikk2003/telestatistikk2003.pdf (08.05.2005)[død pr. 02.11.2005]
- Post og Teletilsynet (2005) "Det norske telemarkedet 2004" hentet fra http://www.npt.no/pt_internet/venstremeny/publikasjoner/telestatistikk/statistikk2004/telemarked2004.pdf (02.11.2005)
- Quantum Research (2003) "Understanding CD Burning an Internet File Sharing and its Impact on the Australian Music Industry" hentet fra http://www.aria.com.au/pages/documents/AriaIllegalMusicResearchReport_Summary.pdf
- Rainie, Lee and Madden, Mary (2004) "Preliminary findings from a Web survey of musicians and songwriters", Pew Internet Project Data Memo, hentet fra <http://www.pewinternet.org> (14.11.05)
- Rainie, Lee et. al. (2004a) "The state of music downloading and file-sharing online", Pew Internet Project Data Memo, hentet fra <http://www.pewinternet.org> (14.11.05)
- Rainie, Lee et. al. (2004b) "The impact of recording industry suits against music file swappers", Pew Internet Project Data Memo, hentet fra <http://www.pewinternet.org> (14.11.05)
- RIAA (2005) "2004 Yearend Statistics", salgsstatistikk for USA 1994-2004, hentet fra <http://www.riaa.com/news/newsletter/pdf/2004yearEndStats.pdf> (14.11.05)
- Ritholtz, Barry L. (2004) "UK Albums Have a Record Year in 2003 (Yet the U.S. is moribund; Why?)" I *BBC News World Edition* [online] 21.02.2004 hentet fra http://bigpicture.typepad.com/comments/2004/02/uk_albums_have_.html (14.11.05)
- Rob, Rafael og Waldfogel, Peter (2004) "Piracy on the High C's: Music Downloading, Sales Displacement, and Social Welfare in a Sample of College Students" hentet fra <http://papers.nber.org/papers/w10874.pdf> (14.11.05)
- Salon (2000) "Courtney Love does the math", transkripsjon av tale holdt 16. mai 2000 på Digital Hollywood online entertainment conference i *Salon* [online] hentet fra <http://www.salon.com/tech/feature/2000/06/14/love/index.html> (06.12.05)
- Stallman, Richard (2002) *Free Software, Free Society* Boston: GNU Press
- Statistisk Sentralbyrå [SSB] (2005a) "Tabell 05430: Elever i videregående opplæring, etter kurstrinn og studieretning. Foreløpige tall" hentet fra <http://statbank.ssb.no/statistikkbanken/Default.FR.asp?Maintable=ElevVGOpplaer12&PLanguage=0&nvl=true&PXSid=0&tilside=selectvarval/define.asp&direkte=1> (08.11.05)

- Statistisk Sentralbyrå [SSB] (2005b) ”Tabell 04751: Inntekt etter skatt for hushold, etter husholdstype. Median og indeks for faste priser. 1990=100” hentet fra http://statbank.ssb.no/statistikkbanken/Default_FR.asp?Maintable=InntektStruk3&PLanguage=0&nvl=true&PXSid=0&tilside=selectvarval/define.asp&direkte=1 (08.11.05)
- Statistisk Sentralbyrå [SSB] (2005c) ”Tabell 04882: Utgift per husholdning per år, etter vare- og tjenestegruppe. Siste års priser” hentet fra http://statbank.ssb.no/statistikkbanken/Default_FR.asp?Maintable=UtgHusholdn01&PLanguage=0&nvl=true&PXSid=0&tilside=selectvarval/define.asp&direkte=1 (08.11.05)
- Statistisk Sentralbyrå [SSB] (2005d) ”Tabell 03026: Folkemengde, etter kjønn og ettårig alder. 1. januar” http://statbank.ssb.no/statistikkbanken/Default_FR.asp?Maintable=Rd0002AaX1&PLanguage=0&nvl=true&PXSid=0&tilside=selectvarval/define.asp&direkte=1 (08.11.05)
- Statistisk Sentralbyrå [SSB] (1999) ”Utgift per husholdning per år, etter vare- og tjenestegruppe. 1996-1998. 1998-priser. Kroner og prosent” hentet fra <http://www.ssb.no/emner/05/02/fbu/arkiv/tab-1999-12-13-01.html> (08.11.05)
- Steen, Therese (1997) ”Eksemplarframstilling av litterære verk til privat bruk - i en digital verden” hentet fra http://www.jus.uio.no/iri/forskning/lib/rapporter/privat_bruk/ (06.12.05)
- Syvertsen, Trine (1998) ”Dokumentanalyse i medievitenskapen - Tilgang, kildekritikk, problemstillinger” notat, Institutt for medier og kommunikasjon, hentet fra <http://www.media.uio.no/personer/trinesy/DOKANALYSE.htm> (10.11.05)
- Sæbø, Gunnar (2005) ”Fleksible medier og kontrollert kommunikasjon – om unges opplevelse og forståelse av fildelingsteknologi” [under arbeid] Institutt for medier og kommunikasjon [utgitt]
- Thoresen, Jan (2002a) ”Kopibeskyttelse ødela DVD-spiller” hentet fra *Dagbladet* [online] (03.12.2002) på <http://www.dagbladet.no/dinside/2002/12/03/355376.html> (14.11.05)
- Thoresen, Jan (2002b) ”Kopisperre tok Mac'en” hentet fra *Dagbladet* [online] (04.12.2002) på <http://www.dagbladet.no/dinside/2002/12/04/355481.html> (14.11.05)
- Thoresen, Jan (2004) ”Slik bryter du sperren” hentet fra *Dagbladet* [online] (30.7.2004) på <http://www.dagbladet.no/dinside/2004/07/30/404229.html> (14.11.05)
- Torvund, Olav (2004) ”Opphavsrett - en introduksjon” hentet fra <http://www.torvund.net/artikler/art-opphav.html>
- Vaidhyanathan, Siva (2004) *The Anarchist in the Library* New York: Basic Books
- Vance, Ashlee (2003a) ”RIAA sues 261 evil-doers” hentet fra *The Register* [online] (08.09.2003) på http://www.theregister.co.uk/2003/09/08/riaa_sues_261_evildoers/
- Vance, Ashlee (2003b) ”Universal's CD price cut comedy gets five stars” hentet fra *The Register* [online] (05.09.2003) på http://www.theregister.com/2003/09/05/universals_cd_price_cut_comedy/

Wagle, Anders Mediaas og Magnus Ødegaard jr (1997) *Opphavsrett i en digital verden* Oslo: Cappelen akademisk

Williams, Raymond (1990)[1975] *Television – technology and cultural form* London: Routledge

Zentner, Alejandro (2004) “Measuring the Effect of Music Downloads on Music Purchases [in progress]” hentet fra <http://home.uchicago.edu/~alezentn/musicindustrynew.pdf> (14.11.05)

Østbye, Helge [et al.] (2002) *Metodebok for mediefag* Bergen : Fagbokforlaget

LOVTEKSTER OG OFFENTLIGE DOKUMENTER

Besl.O.nr.93 (2004-2005) Lov om endringer i åndsverkloven m.m., Kapittel 6A, §53A
<http://www.stortinget.no/beso/beso-200405-093.html> (14.11.05)

Lov 1961-05-12-2 ”Lov om opphavsrett til åndsverk m.v. (åndsverkloven)” hentet fra
<http://www.lovdato.no/cgi-wift/wiftldles?doc=/usr/www/lovdato/all/nl-19610512-002.html&dep=alle&kort+,+titt=%c5ndsverksloven&> (14.11.05)

TABELLOVERSIKT

| | |
|--|----|
| Tabell 5.1.1-1: Nedlastingsvolum fordelt på kjønn, i prosent | 53 |
| Tabell 5.1.1-2: Nedlastingsvolum blant nedlastere fordelt på kjønn, i prosent | 53 |
| Tabell 5.1.1-3: Nedlasting sist uke fordelt på nedlastingsvolum sist måned, i prosent | 54 |
| Tabell 5.1.2-1: Valg av fildelingssystem fordelt på nedlastingsvolum, i prosent | 57 |
| Tabell 5.1.2-2: Deling av filer blant nedlastere fordelt på kjønn, i prosent | 57 |
| Tabell 5.1.2-3: Valg av applikasjon for deling av filer fordelt på kjønn, i prosent | 58 |
| Tabell 5.1.3-1: Egen inntekt i forhold til nedlasting, i prosent | 59 |
| Tabell 5.1.3-2: Husstandens inntekt i forhold til nedlasting, i prosent | 59 |
| Tabell 5.1.3-3: Nedlastingsvolum i forhold til datamaskintilgang, i prosent | 61 |
| Tabell 5.1.3-4: Nedlastingsvolum i forhold til studieretning, i prosent | 61 |
| Tabell 5.1.3-5: Nedlastingsvolum i forhold til tid brukt på lytting til musikk | 62 |
| Tabell 5.1.3-6: Nedlastingsvolum i forhold til tid brukt på Internett, i prosent | 62 |
| Tabell 5.1.3-7: Nedlastingsvolum i forhold til antall Internettaktiviteter, i prosent | 63 |
| Tabell 5.2.1-1: Antall CD-er i CD-samling etter nedlastingsvolum, i prosent | 65 |
| Tabell 5.2.1-2: Eierskap av MP3-spiller i forhold til antall CD-er i CD-samling, i prosent | 66 |
| Tabell 5.2.1-3: Kjøp av musikk etter nedlasting i forhold til nedlastingsvolum, i prosent | 66 |
| Tabell 5.2.1-4: Kjøp etter nedlasting, fordelt på nedlastingsvolum og CD-antall, i prosent | 67 |
| Tabell 5.2.2-1: Hva som er best med musikk-CD-er, i prosent (Norstat 2005) | 70 |
| Tabell 5.2.2-2: Foretrukket distribusjonsformat fordelt på format mest nedlastet, i prosent | 71 |
| Tabell 5.2.3-1: Type musikk nedlastet i forhold til musikkinteresse, i prosent | 72 |
| Tabell 5.2.3-2: Type musikk nedlastet i forhold til kjøp av musikk etter nedlasting, i prosent | 73 |
| Tabell 5.3.1-1: Holdning til kopisperrer i forhold til antall CD-er i CD-samling, i prosent | 77 |
| Tabell 5.3.2-1: Frykt for konsekvenser av nedlasting i forhold til nedlastingsvolum, i prosent | 78 |
| Tabell 5.3.2-2: Frykt for konsekvenser fordelt på etter system, i prosent | 78 |
| Tabell 5.3.2-3: Frykt for konsekvenser fordelt på kjønn og fildelingssystem, i prosent | 79 |
| Tabell 5.3.2-4: Kunnskap om musikknedlastings lovlighet, i prosent | 80 |
| Tabell 5.3.3-1: Interesse for kjøp av musikkfiler mot nedlastingsvolum og CD-antall, i prosent | 81 |
| Tabell 5.3.3-2: Holdning til betaling pr. låt mot nedlastingsvolum og CD-eierskap, i prosent | 82 |
| Tabell 5.3.4-1: Holdning til å laste ned musikk fra Internett, i prosent | 83 |
| Tabell 5.4.1-1: 5-delt klassifiseringsanalyse, i prosent | 89 |

VEDLEGG 1: SPØRRESKJEMAET

| OM UNDERSØKELSEN | |
|--|--|
| <p>Hvem er det som stiller disse spørsmålene? Dette spørreskjemaet er en del av en masteroppgave i medievitenskap, altså en liten vitenskapelig avhandling eller en stor eksamensbesvarelse.</p> <p>Hvem er det som svarer på denne undersøkelsen? Denne undersøkelsen gjennomføres blant ca. 500 elever i videregående skole, VK1 og VK2. Besvarelser hentes inn fra 15 tilfeldig valgte videregående skoler fra forskjellige deler av Norge.</p> <p>Undersøkelsen stiller en rekke spørsmål om din bruk av musikk, av musikkmedier, av datamaskin og av internett.</p> <p>Hvem får tilgang på svarene? Det er kun meg og min veileder som får tilgang til svarene. Dataene lagres på en beskyttet datamaskin og papirbesvarelsene vil ødelegges etter bruk. Ingen verken kommersielle bedrifter eller offentlige instanser vil ha noe med besvarelsene å gjøre.</p> <p>Hva med anonymitet? Dine svar kan ikke spores tilbake til deg på noen mulig måte - dataene vil kun bevares i tabellform. Skjemaet er dessuten utarbeidet med tanke på at det ikke skal være mulig å 'finne ut av' hvem som har fylt ut besvarelsene. Det er altså ingen risiko knyttet til å fylle ut skjemaet.</p> | <p>Hvordan skal skjemaet fylles ut? Skjemaet fylles ut ved at du setter et kryss i boksen (<input type="checkbox"/>) som står til venstre for den beskrivelsen eller påstanden som passer deg best. Ved de fleste spørsmålene skal man sette et kryss per spørsmål, men ved enkelte spørsmål er det mulig å sette flere kryss. Ved disse spørsmålene står det i teksten at flere svar er mulig.</p> <p>Det er svært viktig at du svarer på spørsmålene så nøyaktig og ærlig som mulig! For at undersøkelsen skal gi et så riktig som mulig bilde av det som undersøkes er det viktig at du hele tiden krysser av det som er mest aktuelt for deg. I denne sammenhengen vil jeg understreke at dine svar <i>ikke</i> er mulig å spore tilbake til deg, du er altså helt anonym.</p> <p>Det må framheves at deltakelse i statistiske undersøkelser som denne er helt frivillig, om du ikke ønsker å gjennomføre undersøkelsen er dette helt greit.</p> <p>Til sist vil jeg benytte anledningen til å takke for at du hjalp meg ved å fylle ut dette skjemaet!</p> <p>Med vennlig hilsen</p> <p>Ole Magnus Marksten Mastergradstudent i medievitenskap, Institutt for medier og kommunikasjon, universitetet i Oslo</p> |

| NOEN SPØRSMÅL OM DEG... | |
|---|---|
| Kjønn: | <input type="checkbox"/> Mann <input type="checkbox"/> Kvinne |
| Hvilken studieretning går du på? | <input type="checkbox"/> Allmenn/Økonomisk administrativ <input type="checkbox"/> Yrkesfaglig studieretning <input type="checkbox"/> Musikk/Dans/Drama <input type="checkbox"/> Medier og kommunikasjon |
| Tjener du penger selv, og i så fall hvor mye tjener du i året? | <input type="checkbox"/> 75 000 kr eller mer <input type="checkbox"/> mellom 20 000 og 75 000 kr <input type="checkbox"/> mellom 0 og 20 000 kr <input type="checkbox"/> har ikke egen inntekt |
| Hva tror du er din husstands samlede årlige inntekt (hvor mye din eller dine foreldre eller foresatte tjener til sammen)? | <input type="checkbox"/> 1 000 000 kr eller mer <input type="checkbox"/> mellom 600 000 og 1 000 000 kr <input type="checkbox"/> mellom 300 000 og 600 000 kr <input type="checkbox"/> under 300 000 kr <input type="checkbox"/> vet ikke |
| Hvordan vil du beskrive området du bor i: | <input type="checkbox"/> I by (over 100 000 innbyggere) <input type="checkbox"/> I mellomstor by (mellom 10 000 og 100 000 innbyggere) <input type="checkbox"/> I liten by (under 10 000 innbyggere) eller i utkantsstrøk |

| OM BRUK AV DATAMASKIN | |
|---------------------------------------|--|
| Har du tilgang til datamaskin hjemme: | <input type="checkbox"/> Ja, egen <input type="checkbox"/> Ja, familiens eller en i familiens maskin <input type="checkbox"/> Nei, har ikke datamaskin |

| | |
|--|--|
| Hvis "ja", har du tilgang til internett hjemme? | <input type="checkbox"/> Ja, oppringt internett (må koble til) <input type="checkbox"/> Ja, bredbånd (alltid tilkoblet) <input type="checkbox"/> Nei, har ikke internett |
| Hvor mye tid brukte du på internett i forrige uke? | <input type="checkbox"/> Over 21 timer <input type="checkbox"/> Fra 7-21 timer <input type="checkbox"/> Fra 2-7 timer <input type="checkbox"/> Under 2 timer <input type="checkbox"/> Var ikke på internett i forrige uke |
| Hvilke av disse aktivitetene brukte du internett til i løpet av forrige uke? (Her er det mulig å sette mer enn ett kryss) | <input type="checkbox"/> Skolearbeid <input type="checkbox"/> Informasjonssøk i fritidssammenheng (surfing) <input type="checkbox"/> Nettspill <input type="checkbox"/> Nedlasting av musikk <input type="checkbox"/> Nedlasting av film <input type="checkbox"/> Chatting <input type="checkbox"/> E-post <input type="checkbox"/> Netthandel <input type="checkbox"/> Annet: _____ |
| Hvor datainteressert er du? | <input type="checkbox"/> Ikke i det hele tatt <input type="checkbox"/> Litt <input type="checkbox"/> Ganske mye <input type="checkbox"/> Veldig |
| Hvor flink synes du at du er med bruk av datamaskiner? | <input type="checkbox"/> Ikke i det hele tatt <input type="checkbox"/> Er litt flink <input type="checkbox"/> Er ganske flink <input type="checkbox"/> Er svært flink |

| | |
|--|---|
| OM MUSIKK | |
| Hvor musikkinteressert er du? | <input type="checkbox"/> Ikke i det hele tatt <input type="checkbox"/> Litt <input type="checkbox"/> Ganske mye <input type="checkbox"/> Veldig |
| Spiller du et instrument (i denne sammenhengen er sang et instrument)? | <input type="checkbox"/> Ja <input type="checkbox"/> Nei |
| Hvis "ja", spiller du i en organisert sammenheng (her er det mulig med flere kryss) | <input type="checkbox"/> Ja, spiller i korps, kor, orkester eller storband <input type="checkbox"/> Ja, spiller i band <input type="checkbox"/> Laga r musikk med datamaskin/sampler <input type="checkbox"/> Nei |
| Hvor mange CD-plater har du? | <input type="checkbox"/> under 25 <input type="checkbox"/> 25-75 <input type="checkbox"/> 75-150 <input type="checkbox"/> over 150 |
| Hvor mange av dine musikk-CDer er brente (dvs. kopierte)? | <input type="checkbox"/> Ingen <input type="checkbox"/> Ca 25 % <input type="checkbox"/> Ca 50 % <input type="checkbox"/> Ca 75 % <input type="checkbox"/> Alle |
| Hvor mye hørte du på musikk, radio eller så på musikkvideoer på TV i løpet av i går? | <input type="checkbox"/> Mindre enn 30 min <input type="checkbox"/> Mellom 30 min og 2 timer <input type="checkbox"/> Mellom 2 og 4 timer <input type="checkbox"/> Over 4 timer |
| Hvis du hørte på musikk i går, hvilket medium vil du si du brukte mest? | <input type="checkbox"/> TV (MTV, VH1, Interaktiv TV, ZTV o.l.) <input type="checkbox"/> Radio <input type="checkbox"/> CD, Minidisc, kassett eller LP <input type="checkbox"/> Bærbar MP3-spiller (eller andre formater) <input type="checkbox"/> Datamaskin |

OM KOPIKONTROLL

| | | | | | |
|--|---|--------------------------|--------------------------|--------------------------|--------------------------|
| Har noen gang kjøpt en eller flere CD-er med en såkalt "kopisperre"? | <input type="checkbox"/> Har ikke lagt merke til det <input type="checkbox"/> Ja <input type="checkbox"/> Nei <input type="checkbox"/> Nei, kjøper ikke kopibeskyttede CD-er av prinsipp | | | | |
| Hvis "ja", har kopisperren hatt noen betydning for hvordan du brukte CD-ene eller CD-ene? | <input type="checkbox"/> Nei, har ikke brukt CD-ene i datamaskin <input type="checkbox"/> Nei, synes det er OK å spille av CD-ene med det medfølgende programmet <input type="checkbox"/> Nei, har omgått kopisperren <input type="checkbox"/> Ja, kopisperren har hindret meg i å bruke CD-ene i datamaskin slik som jeg vil <input type="checkbox"/> Ja, CD-ene har ikke fungert i bilstereo o.l. | | | | |
| På en skala fra 1-5 hvor 1 betyr "svært negativt" og 5 "svært positivt", i hvilken grad synes du det er greit at platebransjen bruker kopisperre på CD-er? | | | | | |
| 1 (negativt) | 2 | 3 | 4 | 5 (positivt) | Vet ikke |
| <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |

OM MP3 OG MUSIKK PÅ INTERNETT

| | |
|--|--|
| Har du en MP3-spiller? (bærbar, bilstereo, i stereocanlegget, på mobilen, etc. – Datamaskinen teller ikke) | <input type="checkbox"/> Ja, har flere! <input type="checkbox"/> Ja, har en <input type="checkbox"/> Nei |
| Hvis "ja", hva slags kapasitet har din MP3-spiller? | <input type="checkbox"/> Opp til 128 mb (inntil rundt 30 låter – f.eks. mobiltelefon) <input type="checkbox"/> Fra 28 mb til 512 mb (rundt 100 låter – f.eks. MuVo, Asona) <input type="checkbox"/> Fra 512 mb til 4 gb (rundt 1000 låter – f.eks. iPod mini) <input type="checkbox"/> Over 4 gb (tusenvis av låter – f.eks. iPod) <input type="checkbox"/> Er ikke sikker |
| Har du musikkfiler på en datamaskin? | <input type="checkbox"/> Nei <input type="checkbox"/> Ja, opp til 100 stykker <input type="checkbox"/> Ja, mellom 100 og 1 000 stykker <input type="checkbox"/> Ja, mellom 1 000 og 5 000 stykker <input type="checkbox"/> Ja, over 5 000 filer |
| Har du noen gang lastet ned musikk fra internett: | <input type="checkbox"/> Ja <input type="checkbox"/> Nei |
| ⓐ Dersom svaret på spørsmålet over er "nei" kan du hoppe over de neste innrykkede spørsmålene | |
| Hvor mange låter har du lastet ned den siste måneden | <input type="checkbox"/> Over 250 <input type="checkbox"/> Mellom 100 og 250 <input type="checkbox"/> Mellom 25 og 100 <input type="checkbox"/> Mellom 1 og 25 |
| Om du lastet ned musikk for et år siden, var det mindre, mer eller omtrent like mange som nå? | <input type="checkbox"/> Mer <input type="checkbox"/> Mindre <input type="checkbox"/> Omtrent det samme <input type="checkbox"/> Lastet ikke ned i fjor |
| Når du laster ned musikk, laster du hovedsakelig ned: | <input type="checkbox"/> Enkeltlåter fra forskjellige artister <input type="checkbox"/> Hele album <input type="checkbox"/> Litt av hvert |
| Hvilke program bruker du mest for å laste ned musikk akkurat nå? (Kryss gjerne av ved flere) | <input type="checkbox"/> Limewire <input type="checkbox"/> E-donkey <input type="checkbox"/> Morpheus <input type="checkbox"/> Kazaa <input type="checkbox"/> Emule <input type="checkbox"/> betaletjeneste (f.eks. musikkonline.no, the24.no) <input type="checkbox"/> Laster ned i Internet Explorer (eller tilsv.) <input type="checkbox"/> Delet musikk i MSN eller tilsvarende <input type="checkbox"/> Direct Connect <input type="checkbox"/> Annet (spesifiser) |

| | |
|---|--|
| Brukte du det samme programmet for et år siden? Hvis ikke; hvilken brukte du? | <input type="checkbox"/> Lastet ikke ned da <input type="checkbox"/> Brukte samme <input type="checkbox"/> Brukte en annen (spesifiser) |
| Kan du nevne de siste 5 artistene du lastet ned låter av? | 1) _____ 2) _____ 3) _____ 4) _____ 5) _____ |
| Har du noen sinne kjøpt en CD etter å ha lastet ned en eller flere låter fra samme CD? | <input type="checkbox"/> Ja, ofte! <input type="checkbox"/> Ja, det har skjedd <input type="checkbox"/> Nei, det har ikke skjedd <input type="checkbox"/> Nei, hvorfor skulle jeg gjøre det? |
| Hvilke av disse typene musikk vil du si du laster ned mest? (her er det mulig med flere kryss) | <input type="checkbox"/> Musikk som går på MTV, Radio, etc. for tiden <input type="checkbox"/> Musikk som ikke har kommet ut enda <input type="checkbox"/> Musikk jeg har på andre medier fra før (CD, LP) <input type="checkbox"/> Musikk som ikke føres i vanlige platebutikker <input type="checkbox"/> Musikk jeg får anbefalt av andre og som jeg ikke har hørt før |
| Diskuterer du musikk og nedlasting med noen? (her er det mulig med flere kryss) | <input type="checkbox"/> Hovedsakelig ikke <input type="checkbox"/> Diskuterer musikk med venner på skole, MSN, etc. <input type="checkbox"/> Deltar i musikkforum på nettet <input type="checkbox"/> Deltar i chatgrupper (IRC, Webchat, etc) |
| Har noen lastet ned musikk av deg noen gang? | <input type="checkbox"/> Nei <input type="checkbox"/> Ja, over MSN eller tilsvarende <input type="checkbox"/> Ja, via P2P-program som Kazaa, LimeWire, etc. <input type="checkbox"/> Jeg har musikk liggende ute på Web |
| I USA har myndighetene og plateselskapene gått hardt til verks mot enkelte nedlastere. Har du noen gang vært bekymret for å få konsekvenser for din nedlasting? | <input type="checkbox"/> Nei, ingen kan vite hva jeg bruker min maskin til <input type="checkbox"/> Nei, slikt er annerledes i USA enn her <input type="checkbox"/> Har vært bekymret, tar forhåndsregler for å unngå at noen kan overvåke hva jeg bruker maskinen min til <input type="checkbox"/> Ja, er litt bekymret for dette <input type="checkbox"/> Har sluttet å laste ned etter at folk har 'blitt tatt' |

OM DINE MENINGER

| | |
|--|--|
| Vet du om det er lov eller ikke å laste ned gratis musikk fra internett? | <input type="checkbox"/> Nei, nedlasting er ikke lov <input type="checkbox"/> Nedlasting er lov om jeg ikke selger musikken eller legger den ut på nettet <input type="checkbox"/> Nedlasting er lov om plateselskap/artist synes det er greit <input type="checkbox"/> Nedlasting er lov fra visse nettsider <input type="checkbox"/> Ja, er det på ute nettet kan jeg laste det ned <input type="checkbox"/> Vet ikke |
| Synes du det er greit å laste ned gratis musikk fra internett | <input type="checkbox"/> Ja, ligger det på nettet er det greit å laste ned <input type="checkbox"/> Ja, men bare hvis det virker som om plateselskap og artist tillater det <input type="checkbox"/> Nei, nedlasting av musikk er i all hovedsak tyveri <input type="checkbox"/> Har ingen mening |
| Apple lanserte i fjor høst en nettbutikk hvor man kan kjøpe nedlasting av låter for 99 cent, altså ca. 6 kr. Hva synes du om å betale 6 kr for å laste ned en låt? | <input type="checkbox"/> For lite <input type="checkbox"/> For mye <input type="checkbox"/> Helt greit <input type="checkbox"/> Å laste ned musikk fra nett bør være gratis <input type="checkbox"/> Ikke aktuelt å laste ned musikk uansett |
| Om du kunne velge, hvilket format ville du helst at musikk ble levert i ? | <input type="checkbox"/> album (CDer eller filpakker med 10-20 låter av samme artist) <input type="checkbox"/> samlealbum (CDer eller filpakker med 10-20 låter av forskjellige artister) <input type="checkbox"/> single eller EPer (CDer eller filpakker med 2-5 låter) <input type="checkbox"/> enkeltlåter (CDer eller filer med 1 låt) |
| Kunne du være interessert i å betale for å laste ned musikk? | <input type="checkbox"/> Ja, absolutt! <input type="checkbox"/> Ja, om prisen er lav nok <input type="checkbox"/> Nei, vil ikke betale for nedlasting, musikk på nett bør og kan lastes ned gratis <input type="checkbox"/> Nei, foretrekker CDer |

VEDLEGG 2: DIAGRAMMER

Diagram 1: Forhold mellom utvalg og populasjon

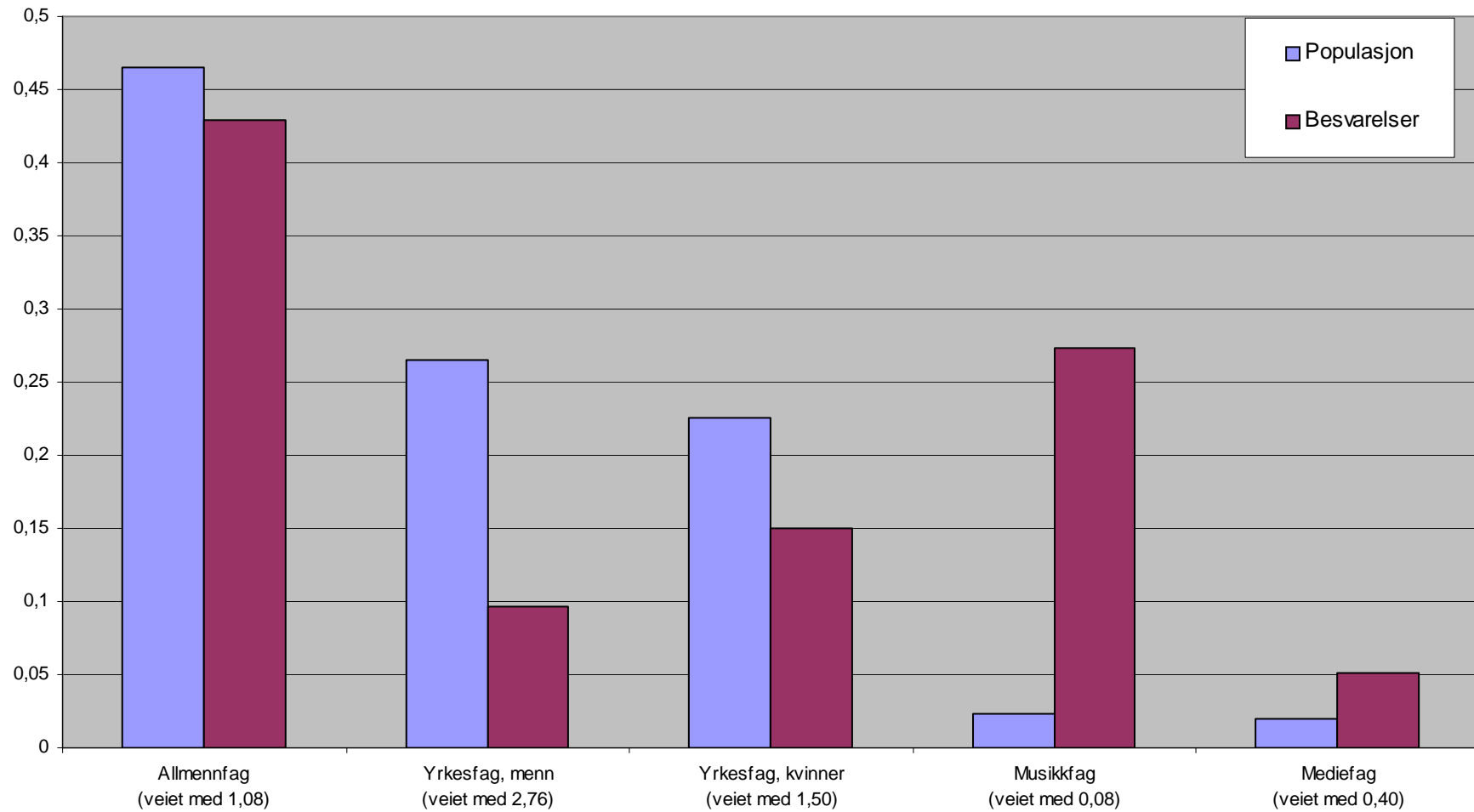


Diagram 2: Nedlasterandel innenfor grupper av musikkinteresse

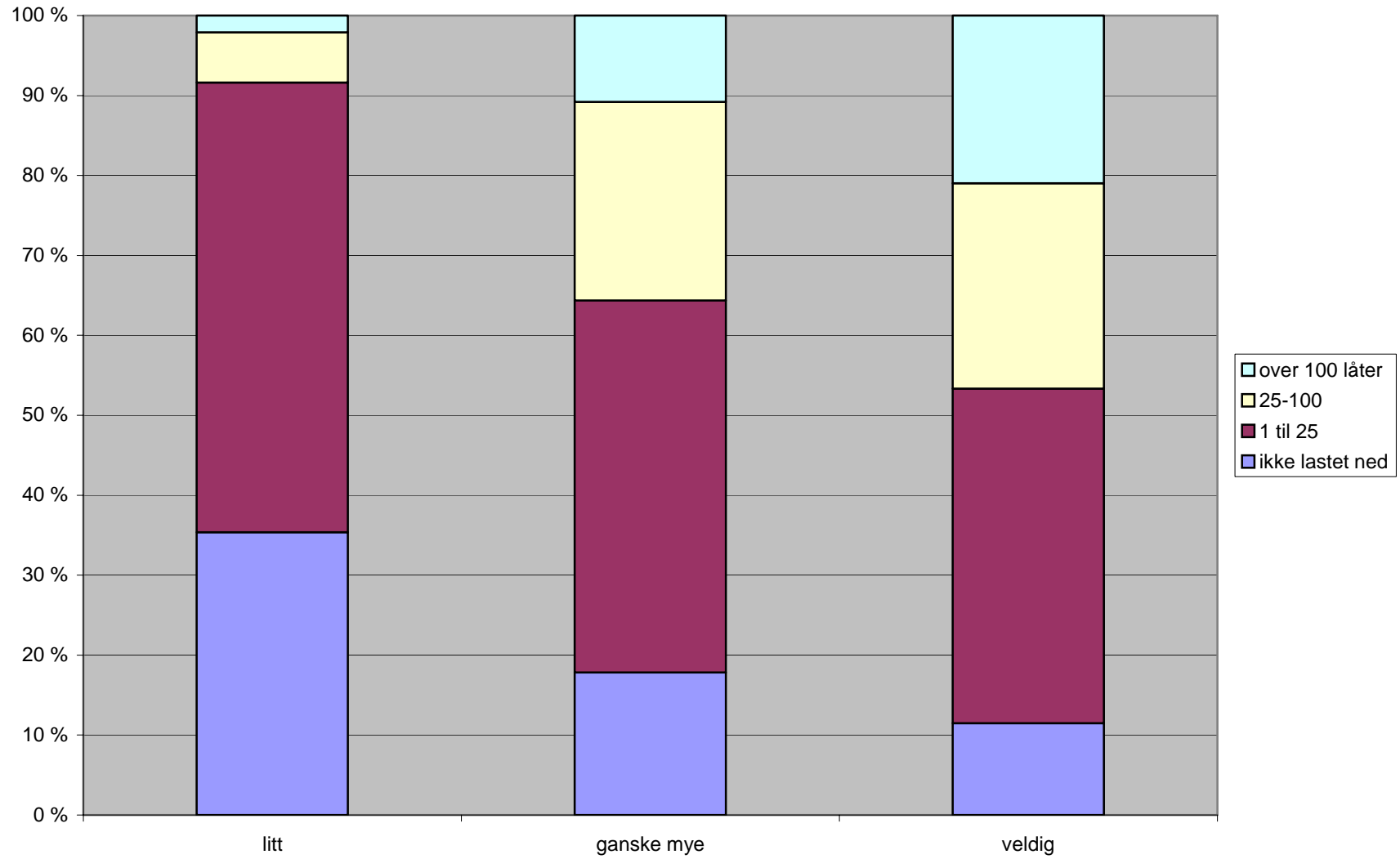


Diagram 3: Utvikling i antall solgte album, singler og totalt 1977-2004

