

Göteborgs universitet
Institutionen för journalistik och masskommunikation (JMG)
Journalistutbildningen

Ny våg av strömmande medier

Radion och musikindustrin, i dag och i framtiden

Erik Hjärtberg (hjärtberg@gmail.com)
Examensarbete
Vårterminen 2009
Handledare: Torsten Malmström

Innehållsförteckning

1. Din guide till musik på nätet	4.
2. 99 var vårt 68	6.
3. Stim och Spotify ska inte gömma sig backstage	8.
4. Strömmande musik eller gammaldags skval	9.
5. Radion kan inte backa bandet	11.
6. Undersökningsrapport	13.
6.1. Traditionella aktörer	13.
6.2. Nya aktörer	15.
6.3. Digitalradio	17.
6.4. Stim	18.
7. Arbetsrapport	21.
7.1. Ämnesval och syfte	22.
7.2. Källor	22.
7.2.1. Intervjuer	23.
7.2.2. Observation	23.
7.2.3. Andrahandskällor	24.
7.3. Hitta vinklar	24.
7.4. Säljarbetet	24.
7.5.Handledning	25.
8. Referenslista	27.
9. Lista på bilagor och ej bifogat studiematerial	32.

Abstract

Titel:

Ny våg av strömmande medier: Radion och musikindustrin, i dag och i framtiden

Författare:

Erik Hjärtberg

Kurs:

Examensarbete. Vårterminen 2009.

Syfte:

Syftet med mitt examensarbete var att undersöka vilken betydelse radion har för musikindustrin, i dag och i framtiden, samt hur den traditionella radion kan tänkas påverkas av nya skraddarsydda musiktjänster.

Jag ville dessutom i någon mån kunna få betalt för mitt arbete.

Huvudresultat:

Musikindustrins representanter är oense om vilken betydelse radion i dag har för musikindustrin. De nya webbaserade musiktjänsterna gör det möjligt att i högre grad mäta vilken musik som spelas och ger därför en mer korrekt fördelning av upphovsrättsintäkter.

Säljarbetet kunde under tidsperioden resultera i tre sålda artiklar.

1. Din guide till musik på nätet

Ursprungligen avsedd för Kommunalarbetaren

På internet finns det i dag en mängd olika tjänster för att lyssna på musik helt lagligt. Strömmande musik, eller streaming som det heter på engelska, sparas inte permanent i datorn, utan strömmar in i datorns arbetsminne samtidigt som den spelas upp. Det kräver att datorn är uppkopplad mot internet när musiken spelas.

Den som har en bra stereoanläggning kan välja att koppla in datorn till den för att lyssna. För att undvika trassel med sladdar finns det också olika system med trådlösa anslutningar mellan datorn och stereon. Tala med din elektronikhandlare för att få hjälp.

Spotify

Spotify är den kanske mest omtalade musiktjänsten just nu. Här finns ett enormt utbud av musik inom många olika stilar, På samma sätt som i sökmotorn Google kan du söka på artister, låtar och album. En användbar funktion är att det går att skapa egna spellistor och dela dem med vänner.

Spotify har även en radiofunktion som kan anpassas efter dina önskemål baserat på musikstilar och tidsperioder.

Spotify är en betaltjänst. Den som har ett abonnemang kan bjuda in vänner att använda en gratisversion av tjänsten. Med gratisversionen avbryts musiken då och då av reklam.

Så här gör du:

Gå in på www.spotify.com. Ladda ned och installera programmet. Sök på en låt eller en artist. Lyssna.

Pris:

99 kronor per månad.

Gratisversionen kräver inbjudan.

Fördelar:

Är enkelt att använda.

Har ett stort utbud.

Nackdelar:

Kräver att ett särskilt program installeras på din dator.

Innebär antingen att du betalar eller att du står ut med reklamavbrott i musiken.

Radiofunktionen är inte särskilt anpassningsbar.

Last FM

Last FM är i första hand en nätgemenskap och i andra hand en personligt anpassad webbradio. Skriv in namnet på en musikstil eller en artist du tycker om så skapas en radiokanal baserat på det. Allt du lyssnar på registreras och med tiden blir musiken mer och mer anpassad till din personliga smak. Du kan antingen ladda ned ett program till din dator eller lyssna direkt

i webbläsaren. Om du vill kan Last FM även registrera vilken musik du lyssnar på i andra program.

På Last FMs webbsida får du en egen profil med topplistor där andra kan se vilken musik du lyssnar på. Där finns också diskussionsforum, konserttips och mycket mer.

Så här gör du:

Gå in på www.lastfm.se och registrera dig. Sedan är det bara att börja lyssna. Därefter finns många avancerade funktioner för den som önskar.

Fördelar:

Väldigt anpassningsbart till din personliga musiksmak.

Det går att lyssna direkt i webbläsaren.

En mångsidig nätgemenskap för musikintresserade.

Nackdelar:

Skäms du för din musiksmak är detta inget för dig.

Utbudet av låtar är begränsat.

Radiofunktionen kostar pengar.

Pris:

Nätgemenskapen är gratis.

Radiofunktionen kostar ungefär 30 kr i månaden, beroende på valutakursen.

Myspace

Myspace var från början en nätgemenskap i stil med Facebook. Med tiden har musiken tagit över och Myspace har i första hand blivit ett smidigt sätt för artister att visa upp sig för fans och kollegor. Varje artist har en egen sida med musik, till exempel myspace.com/ulflundell

Utbudet av musik varierar, ofta rör det sig om några få aptitretare från senaste skivan. Förutom musiken finns foton, musikvideor, bloggar och mycket annat.

Så här gör du:

Gå in på <http://se.myspace.com>. Sök på en artist du vill höra. Sedan är det bara att lyssna.

Fördelar:

Det går att lyssna direkt i webbläsaren.

Inget medlemskap krävs för att lyssna.

En nätgemenskap för artister och fans.

Nackdelar:

Ett väldigt begränsat utbud av låtar.

Svårhanterlig sida med väldigt mycket reklam.

Pris:

Gratis.

2. 99 var vårt 68

För publicering i Götheborgske Spionen

Jag vet att ni är rädda.
Ni är rädda för oss.
För förändring.
Jag vet inget om framtiden.
Jag kom inte för att säga hur det ska sluta.
Jag kom för att säga hur det kommer att börja.

Neo lägger på luren. Går ut ur telefonkiosken och flyger upp mot himlen som Stålmannen.

Neo är hjälten i filmen *The Matrix* från 1999. Det årtalet är vår generations 1968. Dagens aktivister är ”hacktivisterna”. Det säger Karl Palmås, forskare på Chalmers. Tillsammans med Otto von Busch har han skrivit boken *Abstract Hacktivism*.

– Vi ser världen som en dator där det går att skriva om koden, säger han.

Året 1968 har blivit en symbol för ett kulturellt skifte och en samhällsförändring. Samhället liknades vid en motor. Aktivisterna ägnade sig bildligt talat åt att kasta grus i maskineriet. Med en utsvävande livsstil ville de väcka folket ur dvalan.

I filmens värld finns ett tydligt exempel i den bioaktuella *The boat that rocked*. En grupp radiopirater försöker från en båt i Nordsjön att med hjälp av sex, droger och rock ’n’ roll väcka det sovande engelska folket. Trots gemensamma nämnare mellan piratradio och *The Pirate Bay* är skillnaderna väsentliga.

– Dagens pirater poserar inte. De bygger lösningar, säger Karl Palmås.

I praktiken då? Till en början kan allt som är digitalt bli gratis. Den populära webbaserade musiktjänsten Spotify kräver antingen betalning, eller en så kallad inbjudan för att användas i Sverige. I Storbritannien däremot är tjänsten gratis för alla. Många svenskar ägnar sig därför åt att med hjälp av proxyservrar lura Spotify att de befinner sig i Storbritannien. På så sätt får de gratis tillgång till tjänsten. När en annan musiktjänst, Last FM, nyligen började ta betalt för sin webbradio, hittade lyssnarna snabbt ett liknande sätt att lyssna gratis.

Hacktivismen fungerar inte alltid enligt en enkel medielogik om kampen mellan det onda och det goda. Daniel Ek, vd och grundare av Spotify, har en kluven inställning till hackare.

– Det är tvärsidigt. Vi vill att Spotify ska fungera likadant i alla länder. Samtidigt har vi kontrakt som vi måste hålla. Det är trist att det finns hackers som försöker förstöra. Men vi tror att den stora mängden hackers försöker skapa något positivt, säger han.

Hacktivism behöver inte bokstavligen handla om datorer. En fråga som politiska ungdomsförbund drivit är billigare kollektivtrafik för studenter. Organisationen Planka gör i stället kollektivtrafiken billigare i praktiken. För alla som vågar. Medlemmarna struntar helt enkelt att betala på bussarna och spårvagnarna. Om biljettkontrollanterna slår till är medlemmarna försäkrade och betalar bara sin självrisk.

De som ägnar sig åt den här typen av aktiviteter ser sällan sig själva som hackare. Ytterligare ett exempel finns på en av institutionerna här på Göteborgs universitet. För att skriva ut sidor från datorn på papper krävs det att studenterna köper särskilda kort att använda i skrivarna. En dag upptäcker någon att det med några enkla musklick går att skriva ut helt gratis. Ryktet sprids. Alla gör det, ingen pratar om det.

Åter till fiktionen. Oavsett vad filmmakarna själva har tänkt kan slutscenen i *The Matrix* tolkas både ur ett 68- och ur ett 99-perspektiv. Antingen är Neos Stålmannenlek ett sätt att kasta grus i maskineriet, så att människorna i *The Matrix* ska förstå att något är på tok och fly den falska datoranimerade världen. Eller så har Neo hittat ett sätt att hacka systemet, så att alla kan

forma världen hur de vill, och flyga genom luften som superhjältar.

Jag ska lägga på luren och visa det ni vill undanhålla människorna.

Jag ska visa dem en värld utan er.

En värld utan regler och kontroll, en gränslös värld.

En värld där allt är möjligt.

Hur det blir sen är ett val... jag lämnar åt er.

3. Stim och Spotify ska inte gömma sig backstage

För publicering i Musikermagasinet

Trots alla ramaskrin över problemen i musikbranschen går det fortfarande bra för Stim. I Stims årsredovisning för 2008 framgår det att beloppet för fördelning av ersättning ökat med 3,2 procent. Det sammanlagda beloppet var mer än en miljard kronor.

Av Stims 58 669 medlemmar var det däremot färre än hälften som överhuvudtaget fick något betalt. Av den minoritet som fick betalt var det i sin tur färre än hälften som fick ett belopp högre än 5 000 kronor. En liten klick på 89 upphovsmän fick ett belopp högre än 500 000 kronor.

Alla som på något sätt använder sig av musik i offentliga sammanhang måste betala för det. Radio och tv, konsertarrangörer och krögare, bilverkstäder och klädaffärer. När Stim sedan beräknar hur de insamlade pengarna ska fördelas baseras det på vad som är mätbart, främst den musik som spelas i radio och tv. Lite tillspetsat kan det innebära att krogar som bara spelar hårdrock i praktiken betalar pengar till Abba och Roxette. I framtiden kommer det problemet att lösa sig. Med ett ökat användande av nya webbaserade musiktjänster som Spotify och Last FM är det för det första möjligt att mäta exakt vad som spelas och i vilken utsträckning. För det andra är det, till skillnad från traditionell radio, lyssnarna själva som i hög grad bestämmer vad som ska spelas. Både Spotify och Last FM har avtal med Stim.

Scott Farrant på Stim bekräftar att den nya tekniken leder till en mer korrekt fördelning av pengarna. Den leder också till ett mer varierat lyssnande, skriver han i ett mejlsvår.

Det är väsentlig information i en tid där diskussionen ofta handlar om hur musiker ska få betalt för sin musik. Mer än så får du däremot inte veta. Vilken ersättning du som musiker får för att din musik spelas i Spotify är hemligt.

Ersättningsnivåerna för att en låt spelas i Sveriges Radio är tillgänglig för alla. Av någon anledning gäller inte detsamma för de nya webbaserade musiktjänsterna. Stim och Spotify stänger in sig i logen backstage och vad som händer där vill ingen berätta.

Att Stims fördelningsprinciper skulle få en byråkrat att svimma av lycka, med ett myller av olika kvoter, grader, och koefficienter, är en sak. Men när inte all information är åtkomlig för granskning blir det förstas omöjligt att bilda sig en uppfattning om hur organisationen fungerar.

Daniel Johansson, Kungliga Tekniska Högskolan, forskar om teknikskiftet inom musikindustrin. Han menar att det just är bristen på insyn som gör att det inte finns något som helst förtroende för musikindustrin, allra minst bland unga piratpartister.

– Att många tycker illa om bolagen grundar sig i att de inte känner till hur de fungerar, säger han.

I rådande situation finns en stor grupp människor som älskar musik, och samtidigt hatar musikbranschen. Det är möjligen logiskt att kommersiella företag i en konkurrenssituation vill hålla vissa uppgifter hemliga. Stim däremot drivs utan eget vinstintresse och har all anledning att öppna upp sig.

Många ekonomer understryker i dag nyttan av långsiktiga relationer med fans. Även stora kommersiella företag kan få det förtroendet genom öppenhet, menar Daniel Johansson.

– Är det däremot så att det finns oegentligheter i verksamheten är det ju ännu värre, säger han.

Alltså. Ersättningstarifferna för de nya webbaserade musiktjänsterna måste bli tillgängliga för allmänheten. Om inte annat för Stims egna medlemmar. Överhuvudtaget behövs mer öppenhet inom musikindustrin. Det är framtidens melodi.

4. Strömmande musik eller gammaldags skval

För publicering i Musikermagasinet

Ordet skvalmusik lär första gången ha använts år 1949. Tidigare bestod musiken i radion mest av direktsända konserter. Den ökade mängden förinspelad musik, ibland utan muntliga presentationer mellan låtarna, gav upphov till ordet.

Ett betydligt nyare uttryck i svenskan är strömmande musik. Det är musik som avlyssnas via internet, där musikfilerna inte sparas permanent i datorn, utan strömmar in i datorns arbetsminne samtidigt som de spelas upp.

Bortsett från konserter fanns det huvudsakligen två sätt att lyssna på musik under 1900-talet. Radion och skivspelaren. Skivspelaren gav lyssnaren möjlighet till ett individuellt utformat musiklandskap. Radion var i mindre grad anpassad till den enskilde lyssnaren. Däremot gav den möjligheter till oförberedda och perspektivvidgande musikaliska möten.

Ur ett 1900-talsperspektiv kan den webbaserade musiktjänsten Spotify bäst beskrivas som en välsorterad jukebox. I Spotify finns också en funktion med namnet ”radio”. Radiofunktionen är förstås inte radio i teknisk mening. Ändå ger den möjligheter att upptäcka ny musik, som du inte visste att du ville höra, och kallas därför logiskt för radio. Skillnaden är att du inte längre behöver välja. En än mer radiolik musiktjänst är Last FM. Last FM är individuellt anpassad till lyssnaren, och ger på samma gång möjlighet till oförberedda och perspektivvidgande musikaliska möten. Det bästa från två världar.

Radio är förstås inte bara musik. På Sveriges Radios hemsida finns så kallad poddradio. Du kan där prenumerera på ditt favoritprogram. När ett nytt avsnitt finns tillgängligt kan det vid valfri tidpunkt avlyssnas strömmande, eller laddas ned. Av upphovsrättsliga skäl innehåller poddradion ingen musik. Om det är en fördel eller en nackdel är förstås upp till dig att avgöra. Mer automatiserade och personligt anpassade tjänster för programinnehåll finns också. Exempelvis Stitcher, vilken fungerar ungefär som Last FM, fast även för prat.

Tekniskt sett finns alltså framtiden redan i dag. Ändå återstår många frågetecken. Hur pass viktig är till exempel den traditionella radion för att nya artister ska nå ut och få ett kommersiellt genombrott? Linda Portnoff, Handelshögskolan i Stockholm, har forskat om finansiella flöden i samband med ett skivsläpp. Hon menar att den traditionella radion fortfarande är ett måste för att slå igenom.

– Du kan inte hoppa över steget att bli spelad i P3 som popband, säger hon.

Linda Portnoff får medhåll av Martin Glemme på Universal, ett av världens största skivbolag, eller vad de ska kallas nu för tiden. Han tycker också att traditionell radio fortfarande är det viktigaste.

– Det är fortfarande där vi brejkar hits. Där låtar kommer ut, säger han.

Emellertid är skivförsäljningen en minskande del, och konserter en allt viktigare del av artisternas inkomstkällor. Joel Borg är pressansvarig på bokningsbolaget Luger, numera en del av det multinationella Live Nation. Luger är utan tvivel störst inom den svenska pop Linda Portnoff talar om. Joel Borg säger däremot att ett band överhuvudtaget inte behöver ha spelats i radio för att anlitas av Luger.

– Det gäller de flesta, säger han.

Ett av banden som anlitas av Luger innan de spelats i radion är The Hives. Ett nyare exempel är Florence Valentin. Bland mycket annat ansvarar Luger för festivalen Way Out West i Göteborg. Ny musik hittar de till exempel på sajten Myspace.

Pia Kalischer är populärmusikansvarig på Sveriges Radio. Hon säger att de nya musiktjänsterna inte är tillräckliga.

– P3s roll är inte att vara först men att vara störst. Att ge en bredare plattform. Musiken finns på nätet först, men når en masspublik via P3, säger hon.

Artister som har slagit igenom spelas alltså alltid i P3. Sedan har vi förstås frågan om hönan och ägget. Så länge män och kvinnor med maktpositioner inom musikindustrin upplever att något är viktigt, så är det i praktiken det. Radio i den form av masskommunikation vi är vana vid, kommer därför att finnas kvar ett tag till. Följdfrågan bli då hur? I analog form? I så kallad digitalradio? Eller i strömmande form i datorn och mobiltelefonen? Det är en annan historia.

5. Radion kan inte backa bandet

För publicering i Musikermagasinet

Internet fortsätter förändra musikindustrin. Ändå kommer det även i framtiden att behövas någon form av musikradio. Lyssnarna måste ha möjlighet att upptäcka musik de inte visste att de ville höra.

Som tidigare har nämnts i Musikermagasinet finns det redan nu ett stort utbud av nya personligt anpassade musiktjänster som Spotify och Last FM, medan Sveriges Radio och de privata radioföretagen erbjuder sitt innehåll i nya former på webben. Det är både logiskt och välkommet nu när ungdomarna överger de traditionella medierna och själva vill bestämma var, när och hur de tar del av medieinnehåll.

Det är inte i första hand internet som de stora radioföretagen ser som framtiden. I stället vill de satsa på marksänd digitalradio i formatet Digital Audio Broadcasting, DAB+.

Digitalradio har i Sverige hittills visat sig vara dyrt att använda och har mötts med ointresse från lyssnarna. Det krävs en särskild sorts radioapparat för att lyssna och få svenskar har en sådan i sin ägo. Provsändningar pågår just nu i delar av landet och digitalradions framtid är upp till politikerna att avgöra.

Argumenten för att använda DAB+ ska vara att lyssnarna får fler nya funktioner i radion, ett större utbud av radiokanaler, och bättre ljudkvalitet, samt att tillgängligheten för personer med syn- och hörselnedsättningar ökas. Inget av detta är i sig ett argument för DAB+ eftersom alla dessa önskemål går att förverkliga via webben.

Christer Modig, programchef på MTG Radio är inte helt främmande för att internet kan bli en framtida distributionsform av radio. Fortfarande understryker han vikten av en markbunden sändning. Det finns ingen riktigt framgångsrik radiokanal i världen som bara sänder på webben, skriver han i ett mejlsvar.

I dagsläget har förstås internet begränsningar. Än så länge är det svårt att använda internet i bilen, och att lyssna på webbradio i mobiltelefonen är dyrt för den enskilde lyssnaren. Å andra sidan kommer inte det analoga radionätet att släckas ned under åtminstone de närmaste tio åren. Under den tiden kan mycket hända vad det gäller utvecklingen av trådlöst bredband. I de centrala delarna av Göteborg erbjuds allmänheten nu trådlöst internet, som ger möjlighet att använda vissa webbsidor gratis. En riktigt radikal satsning vore att ge hela Sveriges befolkning tillgång till ett sådant nät. För att lyssna på strömmande radio så klart, och för att skicka e-post, betala räkningar och så vidare.

Det enda argument som återstår för DAB+ är att radioföretagen har en överenskommelse med Räddningsverket om att hjälpa till att informera allmänheten vid olyckor och andra allvarliga händelser, så kallat Viktigt Meddelande till Allmänheten, VMA.

– Vi har ett samhällsuppdrag. Om det blir störningar i infrastrukturen ska vi nå ut med information. Även det nuvarande FM-systemet har visat sig fungera när inte andra vägar går att nå fram, säger Anders Held, kommunikationschef på Sveriges Radio.

En bättre satsning vore i så fall att se till att både tillgången till internet och mobiltelefon blir mer robust och säker. Anledningen till att internet en gång skapades var just för att minska sårbarheten i datorsystem.

Tanken att radion ska kunna nå ut med viktiga meddelanden till allmänheten är anpassad efter nuvarande medievänor, där en majoritet av befolkningen faktiskt lyssnar på traditionell radio varje dag. Det är alls inte säkert att den särställning som Sveriges Radio, MTG och liknande aktörer har i dag, kommer att behållas hos kommande generationer. Detta oberoende av om radion sänds i FM, DAB+, eller via nätet. Då kanske Räddningsverket istället får ordna en

överenskommelse med Facebook, eller varför inte The Pirate Bay.

Radioföretagen är förstås oroliga för att radion inte ska överleva. Lösningen måste i stället bli att erbjuda ett innehåll som är tillräckligt intressant för att folk ska vilja lyssna. Finns inte det, kan ingen teknik i världen rädda dem.

6. Undersökningsrapport

I 1900-talets musikhistoria hänger musik och etermedier nära samman: det är svårt att föreställa sig radio eller TV utan musik. Etermedierna är alltså beroende av musiken som en av de viktigaste innehållskategorierna i deras utbud. Men också det omvända gäller: musiken är beroende av etermedierna, i den meningen att i vår tid, mot slutet av det sekel som sett fler musikaliska och mediala omvälvningar än någon tidigare epok, människors sätt att förhålla sig till, lyssna och titta på musik i grunden formats av upplevelser i etermedierna.

Som alla konsekvenser av moderniseringsprocessen kan dessa förändringar beskrivas som både av godo och av ondo. Å ena sidan har musikens medialisering möjliggjort de ständiga nyupptäckternas tjusning och en vidgad förståelse för musikens myriader av former och funktioner, å andra sidan har den också inneburit en efter hand allestädes närvarande musikbakgrund som ibland likställt musiken med de ljudföreningar som tillhör vardagen i vår mekaniserade, elektrifierade och digitaliserade tidsålder. Jämsides med etermedierna har också de inspelningsbaserade musikmedierna, fonogrammen, bidragit till denna medialisering, om än med olika roller och funktioner. Fonogrammen har givit den enskilde lyssnaren möjlighet till ett individuellt utformat musiklandskap, men de förutsätter också ett aktivt uppsökande från lyssnarens sida. Etermedierna har däremot utan särskilda ansträngningar funnits ständigt tillgängliga men erbjudit användaren en lägre grad av inflytande över det musikaliska innehållet; å andra sidan innebär denna situation också möjligheter till oförberedda och perspektivvidgande musikaliska möten.

Alf Björnberg (1998:13–14) Skval och harmoni.

Sådan är radions roll för musiklyssnandet. Radiofunktionerna i Spotify och Last FM kallas helt logiskt för radio, inte för att det tekniskt sett är radio utan för att de innebär möjligheter till oförberedda och perspektivvidgande musikaliska möten.

Radion har i Sverige haft stor betydelse för musikens utveckling under 1900-talet både ekonomiskt och kulturellt. Musiken har också utgjort den ojämförligt största enskilda innehållskategorin i programutbudet, sett både till sändningstid, lyssnarsiffror och lyssningstid. Radion är betydligt viktigare än televisionen som musikmedium kvantitativt sett, både vad det gäller sändningstid och lyssningstid (Björnberg, 1998:14–17).

En klar majoritet, 73,8 procent av Sveriges befolkning, lyssnar på radio minst fem minuter under ett genomsnittligt dygn. Det motsvarar 5 779 100 personer i åldern 9–79 år. Av dessa lyssnar 46,8 procent på Sveriges Radio och 31,1 procent på privat lokalradio. Den genomsnittliga lyssnartiden i hela befolkningen är 2 timmar och 28 minuter per dygn.

När det gäller radions intåg på internet går det långsamt, enligt Sifo (Haraldsson & Eriksson, 2009). Bara 3,7 procent av befolkningen lyssnar på radio via webb minst fem minuter under ett genomsnittligt dygn, vilket motsvarar 288 100 personer i åldern 9–79 år. Av dessa lyssnar 1,3 procent på SR, 1,7 procent på privat lokalradio och alltså är det 1 procent som lyssnar på annat innehåll. Fördelat efter ålder är webbradiolyssnandet något högre i yngre åldrar. I gruppen 9–19 år är det 4,5 procent, och i gruppen 20–34 år är det 7,2 procent som lyssnar på webbradio ett genomsnittligt dygn. Frågan är dock om de som lyssnar på radiokanaler som bara sänds via webben alltid själva definierar detta som radio.

Ordet skval i radiosammanhang noterades för första gången i svenska språket 1949. Enligt Svenska Akademiens ordbok användes ordet i tidskriften Roster i radio, i betydelsen lättare populär musik i en oavbruten följd (Svenska Akademiens ordbok, 2009).

6.1 Traditionella aktörer

Radio (kortform för radiotelegrafi, radiotelefonti, se radio-), transmission av signaler, vanligen genom eter, med hjälp av elektromagnetiska vågor, antingen från en sändare till många mottagare, rundradio, mellan två stationer med både sändare och mottagare, kommunikationsradio, eller från en plats med sändare till en annan med mottagare, radiolänk. Jfr television.

Nationalencyklopedin (2009e).

6.1.1. Sveriges Radio

Sveriges Radio AB är ett programföretag som sedan 1993 ansvarar för publicserviceradio i Sverige, organiserat som aktiebolag och ägt av en av staten bildad stiftelse. SR, som är en efterföljare till AB Radiotjänst (bildat 1924), var 1957–78 ett bolag med ensamrätt på alla sändningar av radio och TV i Sverige. Åren 1978–92 var SR namnet på moderbolaget för publicserviceradio och publicservicetelevision i Sverige (Weibull & Hadenius, 2009).

6.1.2. Musiken i P3 och P4

Musik utgör två tredjedelar av innehållet i P3. Kanalen inriktar sig på unga lyssnare, 9–35 år.

P3 har som mål att spela ett brett utbud av populärmusik. De olika genrerna blandas över dagen och veckan. På kvällstid och helger sänds specialprogram med ”en generös och inbjudande attityd till hela publiken”.

”En mindre mängd titlar upprepas under veckan men merparten av de titlar som förekommer får enstaka spelningar. P3s musikredaktörer styr musikvalssystemet som reglerar hur ofta titlar ska höras, och spellistan är det verktyg som tryggar mångfalden.” (Sveriges Radio, 2009b). De oftast spelade låtarna hörs 2–3 gånger om dagen. P3 spelar cirka 15 000 titlar under ett år (Sveriges Radio, 2009c).

Rent praktiskt har musikredaktörerna möte en gång i veckan där spellistan bestäms. I P4 går det till på ett liknande sätt, med skillnaden att de även använder sig av lyssnarundersökningar för att se vad lyssnarna vill ha. I P3 är uppdraget att spela vissa sorters musik viktigare än vad lyssnaren vill höra (Kalischer, 2009).

Den svenska musiken ska prioriteras i P3. Av den musik som spelas på P3 är 40 procent av musiken svensk. Viktigt är också att lyssnarna ska ha möjlighet att interagera (Sveriges Radio, 2009b).

6.1.3. SR och nya medier

Under de senaste åren har Sveriges Radio prövat många olika tekniska lösningar för att sända radio och ge lyssnarna tillgång till SR:s enorma utbud av program och innehåll. Sveriges Radio sänder i FM men också över internet och i mobilen. Lyssnarna kan höra på programmen direkt eller i efterhand eller prenumerera på programmen så att de kommer till en mp3-spelare. Man kan också lyssna på utbudet på andras webbsidor, via sociala nätverk och spelare.

Ur SRs årsredovisning 2008 (Andersson, 2009:15).

De strömmande kanalerna P3 Rockster och P3 Star har haft en nedgång sedan 2007 (Kalischer, 2009). Överhuvudtaget var lyssnandet på direktsända SR-kanaler via webben 2008 något lägre än året innan. Däremot ökar lyssningen på program i efterhand via webben (Lind, 2009:6).

Under 2009 kommer vidareutvecklingen av tjänster för webben och mobiltelefonen att vara ett av SRs prioriterade områden (Abrahamsson, 2009:9). Webblyssnandet ska knytas till sociala medier, så kallad webb 2,0 (Åkerlund, 2009:17).

6.1.4. MTG

MTG, Modern Times Group MTG AB, Stockholm, är ett medieföretag, vars grund utgörs av den medierörelse som Investment AB Kinnevik började bygga upp 1987 genom att starta TV-kanalen TV 3. Kinneviks medieverksamhet samlades 1994 i dotterbolaget MTG, som 1997 delades ut till Kinneviks aktieägare, samtidigt som bolaget börsnoterades.

MTG bedriver en bred verksamhet på många olika medieområden både i Sverige och i en rad andra länder. Bland företagen kan nämnas betal-TV-leverantören Viasat, TV-kanalerna TV 3 (i Sverige, Danmark, Norge och de baltiska staterna), ZTV, TV 6, TV 8, 3+ (Danmark), TV 1000, TV-produktionsbolaget Strix, TV-shop, radionätverket Rix med lokala reklamradiostationer och internetbutiken CD On. MTG var Jan Stenbecks skapelse och kontrollerades via direkt och indirekt ägande av honom fram till hans död 2002 (Nationalencyklopedin, 2009c).

MTG Radio har 80 anställda varav hälften arbetar med försäljning. De har fem olika radiokanaler (Modig, 2009a).

6.1.5. Musiken i MTG Radio

MTG Radio använder begreppet musikformat. Ett musikformat är en inriktning på musikgenrer, så nischat det är möjligt under förutsättningen att det går att nå en lyssnargrupp som är stor nog för att vara kommersiellt intressant. Radiostationen Bandit har till exempel musikformatet ”modern alternativ rock”. Precis som P4 använder sig Rix av spellistor och lyssnarundersökningar. Undersökningarna visar att Rix lyssnare vill höra musik de känner igen. Därför måste ny musik lanseras på ett väldigt långsamt och systematiskt sätt. Policyn kan sammanfattas med att ge lyssnarna vad de vill ha (Modig, 2009a).

6.1.6. MTG Radio och nya medier

På Rix FMs hemsida går det att höra strömmande radio med samma innehåll som den analoga sändningen. Det finns också poddradio där det går att prenumerera på delar av programinnehållet (Rix FM). MTG satsar inte särskilt mycket på nya medier då de inte ser någon kommersiell potential i det (Modig, 2009a).

6.2. Nya aktörer

Medier fragmentariseras, och det är en utveckling som bara kommer att fortsätta in i framtiden. Det är möjligt för individer att i mycket stor utsträckning finna exakt den information man söker. Informationsinhämtningen personifieras och detta kommer bara att öka efterfrågan på ytterligare personifiering. Makten att definiera vad som är relevant kommer i accelererande fart att lämna de traditionella aktörerna och splittras upp. Möjligheten att styra människors tankar kommer att gå till de aktörer som kan samla den splittrade uppmärksamheten. Makten kommer att gå till medieaktörer som inte talar uppifrån och ner utan istället definierar sig som allierade i att hjälpa människor personifiera sin mediekonsumtion och utvecklar verktyg för detta.

Katrine Kielos (2008:77–78).

6.2.1. Spotify

Spotify är ett företag och en svenskutvecklad musiktjänst som tillhandahåller musik över internet. Genom en programvara som laddas ned till den egna datorn får användaren tillgång till en sökbar musikkatalog med flera miljoner titlar på företaget Spotifys servrar. Musiken strömmas över nätet och laddas således inte ned av den enskilde användaren. Eftersom Spotify äger rättigheterna till denna distribution är tjänsten helt laglig.

Bakom utvecklingen av musiktjänsten står IT-entreprenörerna Daniel Ek, född 1983, och Martin Lorentzon, född 1969.

Tjänsten finns dels i en betalversion, där användaren prenumererar per dygn eller per månad, dels i en kostnadsfri, reklamfinansierad version, där låtarna med vissa intervall varvas med reklambudskap. För att få tillgång till den senare krävs en inbjudan från någon som redan har ett abonnemang. Det begränsade antalet inbjudningar skapar framgångsrikt både uppmärksamhet och efterfrågan. Storbritannien blev 2009 det första landet där den annonsfinansierade versionen gjordes tillgänglig för alla (Nationalencyklopedin, 2009).

I Storbritannien krävs ingen inbjudan för att få tillgång till den reklamfinansierade versionen. Därför ägnar sig vissa svenskar åt att, teknisk sett, ”lura” Spotify att de befinner sig i Storbritannien. När de väl har fått tillgång till ett konto kan de ändra uppgiften om hemland till Sverige, och får ändå behålla kontot (Datorkanalen.se, 2009).

Spotify har en miljon användare (Walker 2009). Av dessa finns runt 400 000 i Sverige (Roos Holmborg, 2009).

Företaget Spotify bildades 2006 (Ek, 2009a). Tjänsten lanserades kommersiellt i oktober 2008 i Sverige, Storbritannien, Tyskland, Frankrike, Italien, Spanien, Finland och Norge (Nationalencyklopedin, 2009a). En av riskkapitalisterna är svenska Creandum (Löwenfeldt, 2009). Bolaget är registrerat i Luxemburg och därför är de exakta ägarförhållandena oklara (Olsson, 2008).

Spotify har utmärkt sig från andra musiktjänster genom sitt stora utbud av musik. Problemet har varit att få de formella rättigheterna att använda musiken. Spotify valde tillvägagångssättet ”lägg ut först, fråga sedan”. När de väl börjat fråga om lov har mycket musik försvunnit från tjänsten (Gradvall, 2009).

I mars 2009 kom det fram att Spotify slutit ett avtal med företaget 7digital för att även erbjuda försäljning av musik för nedladdning (BBC News, 2009).

Spotify har planer på att lansera en plattform som låter enskilda artister och skivbolag lägga till sin musik och skapa en egen presentationssida via musiktjänsten (Marchione, 2008:61). Ett annat projekt för framtiden är att tillhandahålla möjligheten att lyssna i mobiltelefonen (Computer Sweden, 2009). Tanken är att tekniskt öppna upp plattformen så att utomstående aktörer ska kunna utveckla nya funktioner (Ek, 2009b).

En omdiskuterad fråga är att Spotify med hjälp av den fria programvaran Despotify relativt enkelt skulle kunna användas för obetald nedladdning av den musik som spelas (Fleischer, 2009a).

6.2.2. Last FM

Last FM är en nätgemenskap som kretsar kring ett system för musikrekommendationer (Chrunchbase, 2009). Det brittiska företaget har funnits sedan 2002 och har 27 miljoner besökare i månaden (Heinonen 2009). Företaget köptes 2007 av det USA-baserade medieföretaget CBS (Fleischer, 2008b). Last FM erbjuder användarna strömmande radio i ett separat program eller direkt i webbläsaren.

För den som registrerar sig där blir lyssnandet på musik hemma i datorn till en tvåvägsaktivitet. Samtidigt som musiken strömmas ut ur högtalarna, strömmas information om musiken från datorn

till Last.fm:s centrala server. Där bidrar den kontinuerligt till att bygga upp såväl din personliga musikprofil (som används för att erbjuda skräddarsydda radiostationer) som en oerhört kraftfull statistisk databas över samband mellan olika artisters musik.

I det här sammanhanget blir ”konsumtionen” av musik en pågående performance. Lyssnandet blir samtidigt ett sätt att visa upp sig framför andra. På gott och ont, ska tilläggas. Ibland försvinner till och med själva konsumtionen ur ekvationen. Det sägs vara vanligt bland mer hängivna användare att bygga en spellista med ”credidig” musik och låta den gå på medan man själv lämnar hemmet för att göra helt andra saker, bara för att få en musikprofil som ser ”rätt” ut.

Rasmus Fleischer (2008a:151–152).

Även Spotify har en sorts personligt anpassningsbar radiofunktion, men den skiljer sig radikalt från Last FM. På Last FM är det användarna själva som klassificerar musiken och ger låtarna etiketter, taggar (Fleischer, 2008b). Ibland kan taggarna förstås ge felaktiga associationer ”garage” kan antingen stå för garagerock eller för UK garage, som är en form av engelsk hiphop.

Last FM lär sig din musiksmak och anpassar hela tiden ”radiokanalen” för att passa din smak. Lyssnaren får många tips om artister hon eller han inte kände till (Grabiec, 2008:26).

Användarna kan även låta Last FM registrera vilken musik de spelar i andra program, till exempel iTunes. En fråga som har väckts är vad som händer då en användare lyssnar på uppenbart piratkopierad musik, till exempel album som inte officiellt har getts ut. Last FM försäkrar att de aldrig överlämnar information så som ip-adresser till tredje part (Jones, 2009b).

Mars 2009 meddelade Last FM att de snart kommer att börja ta betalt av användarna utanför USA, Storbritannien och Tyskland (Jones, 2009a). Användare i övriga länder har därför hittat ett sätt att, tekniskt sett, lura Last FM att de befinner sig i USA, Storbritannien och Tyskland, för att få fortsatt gratis tillgång till de strömmande radiokanalerna (Last FM, 2009).

Spotify och Last FM är inte bara konkurrenter. Vissa användare ser istället tjänsterna som komplement. Spotify har en inbyggd funktion där användaren kan få sin lyssning i Spotify registrerad på sin användare i Last FM. Det finns också program som ger användaren tips på ny musik i Spotify, baserat på vad som tidigare registrerats på Last FM (Pansentient League, 2009).

6.2.3. Andra strömmande musiktjänster

Utöver Spotify och Last FM finns det otaliga musiktjänster som erbjuder strömmande musik. Myspace är en nätgemenskap som påminner om Facebook. Sajten förknippas numera oftast med musik, och är ett ställe där kända och okända artister kan visa upp sig.

Även program som Winamp och iTunes, som vanligen används för att spela upp nedladdad musik, kan spela upp strömmande musik.

Stitcher är en tjänst till mobiltelefonen Iphone som fungerar ungefär som Last FM, fast även för programinnehåll och inte bara för musik (Cridland, 2009)

6.3. Digitalradio

Digitalradio syftar här på radiosändningar genom eter där informationen överförs i digital form. Försöksverksamhet med marksänd digitalradio i Sverige inleddes 1995 av Sveriges Radio och Utbildningsradion, medan den privata lokalradion inte ansåg sig ha råd att delta.

Sändningarna är i formatet DAB och har som mest kunnat tas emot av 85 procent av allmänheten. Det har emellertid visat sig svårt att skapa intresse för sändningarna och 2007

hade endast några tusen digitala radiomottagare sålts. Försökssändningarna har därför dragits ned i avvaktan på politiska beslut om utbyggnad av sändningsnätet och finns i dag bara i storstadsområdena och Norrbotten (Nationalencyklopedin, 2009d).

Den svenska radiobranschen har gemensamt bedömt att tekniken DAB+ för närvarande är bäst lämpad för Sverige – något som de fyra största radiobolagen i landet har uttryckt i en gemensam skrivelse till Radio- och TV-verket försommaren 2008. Tekniken ger mervärde i form av text- och bildinformation, möjlighet till talsyntes för synskadade, bra ljud, samt en större mångfald med möjlighet till fler nationella och lokala kanaler (Andersson, 2009:15).

DAB+ bygger på samma plattform som DAB, men utnyttjar en modernare ljudkodning. Därför kan man få plats med minst dubbelt så många kanaler med DAB+ som DAB (Sveriges Radio, 2009d).

Sedan maj 2009 sker i Sverige provsändningar i formatet DAB+. Företagen som sänder är MTG Radio, SR och SBS Radio. Teracom är projektledare. Efter sommaren ska sändningarna gå att höra i Stockholm, Uppsala och Gävle (Eriksson, 2009).

Det krävs särskilda radioapparater för att höra digitalradio. För att ytterligare komplicera frågan är det inte alls säkert att den som köpt en DAB-radio för att lyssna på SRs provsändningar, nu har möjlighet att lyssna på DAB+ i samma apparat (Radio- och TV-verket, 2008).

6.3. Stim

Föreningen Svenska Tonsättares Internationella Musikbyrå, Stim, är ett upphovsrättssällskap grundat 1923. Stim tillvaratar tonsättares, textförfattares och musikförlags ekonomiska rättigheter vid offentligt framförande eller vid inspelning av upphovsrättsligt skyddad musik såväl i Sverige som utomlands (i samarbete med motsvarande utländska organisationer) (Nationalencyklopedin, 2009b).

I och med anslutningen till Stim upplåter rättighetshavarna sin lagliga rätt till ersättning för offentligt framförande, inspelning och mångfaldigande på Stim som ser till att den som spelar musik offentligt eller spelar in har tillstånd (licens) och betalar en avgift. Stim avräknar ersättningen till den eller dem som har ersättningen.

Stim licensierar således all världens musik kollektivt till svenska musikanvändare och fördelar ersättningen individuellt till rättighetshavarna – både svenska och utländska. Det innebär att den som vill använda musik exempelvis i radiosändning, i sin butik eller på sitt diskotek kan, genom en Stim-licens, ”enkelt få tillgång till miljontals musikverk” och att musikens rättighetshavare får ersättning för användningen (Stims informationsavdelning, 2002).

År 2007 inkasserade Stim 18 miljoner kronor för kategorin ”Online och nya medier” (Stim, 2008). Följande år har den kategorin minskat till 16,9 miljoner. (Stim, 2009b).

6.3.1. Avgifter

Alla aktörer som använder sig av offentligt framförande av musik ska betala en avgift till Stim. Regelverket är tämligen komplicerat.

Traditionell radio och television:

Den kommersiella radion betalar mellan 3,25 och 5,20 procent av sina reklamintäkter, baserat på antal musiktimmar per kalenderår. Ett minimibelopp baserat på antalet lyssnare ska alltid betalas. För televisionen gäller ett snarlikt system fast med andra procentsatser (Stim, 2009a).

Sveriges Radio betalar ”typ 120 kronor per minut” (Kalischer, 2009).

Levande musik:

De som anordnar konserter, festivaler och liknande betalar en avgift per besökare och dag/evenemang. Även arrangemang utan entréavgift måste betala en avgift baserad på antal besökare.

Exempel:

Entrébelagda evenemang:

Vid entré under 60 kr – 3,77 kr/besökare

Vid entrépris om minst 60 kr – 5,5% av biljettintäkten exkl moms, dock minst 7,53 kr/besökare, maxavgift 11,27 kr/besökare.

Minimavgift 155 kr/evenemang

Evenemang utan entréavgift:

Max 100 besökare – 155 kr per evenemang

301-600 besökare – 2 255 kr per evenemang.

Strömmande musik:

Stim gör skillnad på ”webbradio” och ”streaming”. Vad som är skillnaden är fullständigt obegripligt.

För ”streaming” gäller följande tariff:

Musikmängd tillgänglig på hemsidan	Möjliga samtidiga lyssnare 1–1 000
0–20 minuter	200 kronor/månad
21–60 minuter	500 kronor/månad
1–2 timmar	750 kronor/månad
2–6 timmar	1 000 kronor/månad
6–12 timmar	1 500 kronor/månad

I det fall musiktiden överstiger 12 timmar per månad skall särskild överenskommelse träffas avseende ersättningen.

I det fall tjänsten kan erbjudas flera än 1 000 möjliga samtidiga lyssnare skall särskild överenskommelse träffas avseende ersättningen.

För ”webbradio” gäller en annan tariff baserad på musikmängd per år, antal möjliga samtidiga lyssnare, samt antal kanaler. I det fall antalet kanaler överstiger fem eller musiktiden understiger 6 000 tim/år och kanal ska särskild överenskommelse träffas avseende ersättningen (Stim, 2009a). En sådan särskild överenskommelse gäller just för Spotify (Marchione, 2008:60).

Stim har slutit avtal med både Spotify och Last FM (Stim, 2009b). Det utgår alltså ekonomisk ersättning till låtskrivarna för musikanvändningen på Spotify. Varken Spotify eller Stim vill dock gå in på exakta ersättningsnivåer. Stim tillämpar normalt royaltyprincipen som grund. Spotify har olika tjänster och betalar en intäktsbaserad ersättning till Stim, dock med ett minimum kopplat till musikanvändningen. Klart är i alla fall att varje enskild uppspelning av en låt rapporteras till upphovsrättsorganisationerna, så upphovsmännen får betalt för Spotify-spelningar som om det vore en radiospelning (Marchione, 2008:60).

6.3.2. Ersättning

De pengar Stim tar in fördelar de mellan dem som äger rättigheterna till musiken, och gör utbetalningar till rättighetsinnehavarna flera gånger per år. Stim drar inte skatt på de pengar som

betalas ut. Eventuell skatt får rättighetshavaren själv se till att betala.

Stim använder sig av så kallad analogiavräkning inom vissa avräkningsområden där det inte finns några kostnadseffektiva metoder för att administrera musikrapporteringen. Analogiavräkningen innebär att Stim fördelar de pengar som betalats in utifrån musikrapporter på andra områden. Urvalet analyseras och justeras löpande.

För musik i

SVT betalar vi ut ungefär 350 kronor/minut. Om det är live är minutvärdet högre.

TV 4 betalar vi ut ungefär 200 kronor/minut. Om det är live är minutvärdet högre.

För musik i

P3 betalar vi ut ungefär 70 kronor/minut. Om det är live är minutvärdet högre.

reklamradion betalar vi ut ungefär 1–3 krona/minut

(Stim, 2009a)

6.3.3. Fördelning av ersättning

Till vem? Det enkla svaret borde vara: dem vars musik spelas mest. Men STIMs fördelningsprinciper är inte enkla. Kanske inte ens rättvisa. Men säg ”rimliga” och ”politiskt lämpliga” och vi börjar närma oss sanningen.

Till att börja med måste man konstatera att det möjligtvis skulle gå att föra protokoll över varenda musikstycke som framförs offentligt i Sverige. Men att kostnaderna för administrationen då sannolikt skulle bli högre än ersättningarna. Alltså får man nöja sig med att försöka uppskatta vad som har spelats i de fall det inte finns specificerade spellistor, som är fallet från radion, TVn, konserter, viss kyrkomusik och från stickproven på olika danstillställningar. Och logiken säger naturligtvis då att de tonsättare som pluggas mest på radion ligger till bäst för att få mycket pengar även ur de potter där man måste gissa vad som har framförts.

Det är där det ”politiskt lämpliga” kommer in. STIMs ägare delas normalt in i tre grupper – ”lätta” tonsättare, ”seriösa” tonsättare samt förläggare – och alla har definitivt synpunkter på fördelningsprinciperna. Vilket i sin tur medför att fördelningsreglerna skulle få en byråkrat att svimma av lycka, med ett myller av olika kvoter, grader, koefficienter, ortskategorier och – håll i er – jazztillägg. Vilket i princip innebär en uppräknig av intäkterna för ”komplicerad” musik med låga publikintäkter.

Martin Jönsson, tidskriften Upp & Ner, 1993 (sida 32).

Sedan 1993 har de nya medierna tillkommit. Ny teknik har gjort att det är enklare att kontrollera vilken musik som faktiskt spelas. Fortfarande är fördelningsprinciperna svåra att överblicka.

Av Stim 58 669 medlemmar var det färre än hälften som överhuvudtaget fick något betalt 2008. Av den minoritet som fick betalt var det i sin tur färre än hälften som fick ett belopp högre än 5 000 kronor. En liten klick på 89 upphovsmän fick ett belopp högre än 500 000 kronor (Stim, 2009b).

Stim är positiva till att den digitala världen gör det enklare att mäta exakt vad som spelas. De tror att detta på sikt kommer att göra fördelningen av ersättningen mer korrekt, samt att musiklyssnandet också blir mer differentierat (Farrant, 2009).

7. Arbetsrapport

Jag har i mitt examensarbete valt att arbeta så nära den journalistiska verkligheten som möjligt. Vi lär för livet och inte för skolan.

Därför har jag gått tillväga på följande sätt. Jag började med att genom andrahandskällor undersöka mitt ämnesområde. Jag såg vilka artiklar som var möjliga att göra och därefter kontaktade jag olika tidskrifter för att se om de var intresserade.

I takt med att jag fått svar på mina frågor har nya dykt upp. Hela tiden har jag sökt efter fakta hos skriftliga och muntliga källor, samt observerat hur radion och de nya musiktjänsterna har fungerat.

Jag har återkommit till eventuella köpare med nya förslag till artiklar och hela tiden uppdaterat dem med vad jag kan erbjuda. Jag har även löpande rapporterat till min handledare vad som hänt.

I de fall mina efterforskningar inte i verkligheten varit möjliga att publicera i journalistiska sammanhang mot betalning, har jag istället redovisat vad jag kommit fram till i form av en undersökningsrapport (se 6.). När texten enbart ska läsas i akademiska sammanhang är rapportformen bättre än artikelformen. I en rapport vet läsaren inte bara att något är så och så, utan även hur jag kommit fram till det. Källorna går i många fall att granska och faktauppgifter kan återanvändas av andra studenter eller forskare. Rapportformen är helt enkelt mer öppen källkod, för att uttrycka sig på 99-språk.

Ett undantag gjorde jag med den allra första artikeln 'Din guide till musik på nätet'. Jag var helt enkelt övertygad om att den skulle gå att publicera i Kommunalarbetaren och började därför skriva den innan jag fått något definitivt besked. Kommunalarbetarens läsare ska till 80 procent bestå av kvinnor. Av dessa har 35 procent enbart grundskoleutbildning. Mer än en femtedel är i åldern 55 år och uppåt (Kommunalarbetaren, 2009).

Tanken var att jag från början hade ett brett område att granska, som i kontakten med köpare och i diskussioner med handledaren med tiden skulle smalnats av. Istället har antalet möjliga vinklar bara ökat. Det är i ett väldigt sent stadiet jag fått sålt idéerna.

För att, om det kommersiella intresset funnits, kunna ha möjligheten att göra långa reportage har jag intervjuat väldigt många personer och valt att göra det öga mot öga. Den journalistiska formen kräver inte bara att läsaren får ett uttalande, utan även att läsaren får veta att intervjuoffret dricker kaffe ur plastmugg. Till exempel.

Utifrån mitt källmaterial är det möjligt att skriva flera långa reportage inom ämnet radio, musik och nya medier. Något längre reportage har ännu inte efterfrågats utanför skolans väggar.

Flera tidskrifter har sagt att mina förslag är intressanta, men att de inte kan köpa in något just nu. Som journalistiskt projekt fortsätter jag därför mitt arbete efter att examensarbetet lämnats in.

Faktamässigt har jag fått fram den information jag letat efter. Undantaget är så klart Stims avtal med Spotify. Där blev själva vinkeln istället att den uppgiften är hemlig.

Rent journalistiskt krävs det som sagt inte bara fakta utan även ett möte med intervjuoffret, där det kanske dricks kaffe ur plastmuggar. Ur den synvinkeln har jag fått precis allt, utom ett personligt möte med en representant från Last FM (se 7.2.1.).

Jag har undersökt en aktuell fråga, men undvikt de infallsvinklar som redan frekvent funnits i varje veckas nyhetsflöde under våren. Jag har fått åsikter från alla berörda parter. Huruvida det är en god journalistisk insats beror förstås på vad det ska sättas i proportion till.

Jag har agerat exakt som jag bestämt i promemorian.

För övrigt kan jag konstatera att maktens män och kvinnor i regel finns i Stockholm även inom musikindustrin. Några av mina kurskamrater har skrivit examensarbete om resvägen

Stockholm–Göteborg. Jag skulle i princip ha kunnat skriva ett reportage även på det temat.

Utöver handledare, kurskamrater, och alla personer som nämns i källförteckningen vill jag även tacka Lina Kårfalk, Jens Wennberg, Göran Hjärtberg, Kristin Edlund, Anders Knutsson och Ulf Johansson. Dessa personer har på olika sätt varit till hjälp i mitt arbete.

Erik Hjärtberg,

Göteborg den 22 maj 2009

7.1. Ämnesval och syfte

När populärmusik diskuteras i dag är det svårt att inte nämna vilken betydelse den tekniska utvecklingen har. Sedan några år tillbaka är fildelningen en stor fråga i sammanhanget. På senare tid har en tänkbar lösning kallats streaming, eller strömmande musik. Enkelt förklarar handlar det om musik som inte permanent lagras i lyssnarens dator, utan måste hämtas från en server för varje lyssning. Det mest omtalade exemplet just nu är den svenska musiktjänsten Spotify. Ett annat exempel är Last FM.

Frågan som ställts är om strömmande musik kan konkurrera ut nedladdning av musik (Halldin, 2008). Att fildelning av musik inom överskådlig tid helt skulle upphöra är inte rimligt i en värld där det fortfarande finns människor som köper nytryckta vinylskivor. Mer intressant är då att ställa frågan om dessa nya medier kan överta radions roll som förmedlare av musik. Vissa människor kan kanske ge upp sin skivsamling, alternativt mp3-samling, till förmån för en så kallad jukebox, som Spotify har liknats vid. Fortfarande behövs det dock en så kallad radio. Även om jukeboxen har all musik du tycker om behövs radion för att du ska få höra den musik du inte visste att du tycker om. Spotify, Last FM, och andra musiktjänster har därför inbyggda radiofunktioner. Skillnaden mellan Spotify/Last FM och traditionell radio är att de i högre eller mindre grad är skraddarsydda efter lyssnarens smak. I synnerhet Last FM har utvecklat ett system i det avseendet. Gillar jag The Stooges tycker jag statistiskt sett även om The Sonics. Har jag ledsnat på låten Kick out the jams med MC5 ordnar jag med ett enkelt musklick så att jag aldrig behöver höra den igen. Istället får jag bekanta mig med det för mig tidigare okända bandet The Stagers.

För att kunna sja om hur framtidens radio ser ut var jag också tvungen känna till vilken betydelse den traditionella radion i dag har för musikindustrin. Hur väljer P3 ut de låtar de spelar? Vilken betydelse har det för enskilda artisters möjlighet att nå ut? Hur mycket av Stimpengarna går till den enskilda artisten? Svaret på dessa frågor fanns inte lättillgängliga. God journalistik handlar ofta om att sammanfatta, konkretisera och tydliggöra.

Höstterminen 2007 skrev jag en b-uppsats om musikjournalistik. Jag hade därför redan en viss insyn i hur musikindustrin fungerar, utan att för den skull vara någon expert.

Syftet med mitt examensarbete var att undersöka vilken betydelse radion har för musikindustrin, i dag och i framtiden, samt hur den traditionella radion kan tänkas påverkas av nya skraddarsydda musiktjänster.

Jag ville dessutom i någon mån kunna få betalt för mitt arbete.

7.2. Källor

För att ha ordentligt med fog för varje påstående har jag många källor. Om någon ställer frågan ”hur vet du det?” kan jag i samtliga fall berätta precis hur.

Det som gjort mitt arbete intressant är att varje förhållande hela tiden ändras. Gästprofessor

Martin Jönsson har själv gjort ett utmärkt reportage om Stim i tidskriften Upp & Ner. Saken är bara den att det reportaget gjordes 1993 och att en hel del hänt sedan dess. I själva verket har det varje vecka offentliggjorts ny information inom mitt ämnesområde. Inte minst vad det gäller nya medier.

Mina frågeställningar har inte varit av den art att jag misstänker att någon medvetet har ljugit eller lämnat felaktig information. Däremot har jag varit medveten om att varje part förstås kan tänkas vara mån om att företräda sina intressen. Det vore underligt om de som har chefspositioner på radion skulle ha sagt: ”Nej, radio är passé. Vi lägger ner i nästa vecka”. Med representanter från alla delar av musikbranschen har jag fått en nyanserad bild. Detsamma gäller mitt urval av andrahandskällor så som böcker och webbsidor.

7.2.1. Intervjuer

Jag valde intervjuoffer för att få åsikter och synpunkter från samtliga delar av musikindustrin. Därtill talade jag med forskare som granskar musikindustrin. Så många som möjligt valde jag att möta öga mot öga för att så att säga få scener. Jag valde att både spela in och anteckna. Inspelningarna har än så länge använts väldigt sparsamt.

Jag har försökt använda mig av öppna frågor för att inte styra svaren. Jag har prioriterat frågor jag inte hittat svaret på i andrahandskällor.

Forskare, musikföretag och musiker har fått komma till tals. De flesta har också uttalat sig i egenskap av lyssnare.

Något ”vanligt” lyssnar/användarperspektiv finns inte med. Om jag hade sålt en artikel till Kommunalarbetaren hade det varit intressant att intervjua även en kommunalarbetare. Då i egenskap av kommunalarbetare och inte bara lyssnare. Nisse i Hökarängen får ursäkta (Gradvall, 2008).

Att få ett uttalande från varje berörd part har varit möjligt. Det har däremot krävt väldigt mycket tid och kraft. Spotifys pressansvariga Sophia Bendz meddelade vid en första kontakt att jag inte skulle få ett uttalande från företaget. Vid en andra förfrågan blev beskedet det samma. När jag besökte KTH i Stockholm upptäckte jag av en slump att Spotifys vd och grundare Daniel Ek skulle tala på en företagsmässa i Kista veckan efter. Jag kontaktade pressansvariga på mässan och därigenom fick jag en bra intervju med Daniel Ek, öga mot öga.

Vad det gäller företaget Last FM har det gått sämre. Företaget svarar inte på mina e-brev och då jag ringt till företagets kontor i London leder det bara till en telefonsvarare. Emellertid har jag varit i kontakt med anställda på företaget som påstår att de egentligen inte får uttala sig. Av den anledningen har jag för första gången insett att jag har ett behov av krypterad e-post. Själv är jag inte rädd för något eller någon. Däremot måste jag kunna garantera att källor som vill vara anonyma inte blir avslöjade.

7.2.2. Observation

Jag har dagligen lyssnat på strömmande radio och musik för att lära mig mer. Situationen har hela tiden förändrats så det har varit nödvändigt. Exempelvis har Last FM i vissa länder börjat ta betalt för sina strömmande radiokanaler, bara för att få se hackare avskaffa de nationella begränsningarna (se 6.2.2.).

7.2.3. Andrahandskällor.

Jag har fått tag på gott om intressant bakgrundslitteratur och artiklar i tidskrifter. Dessutom har antalet intressanta tidningsartiklar och blogginlägg bara växt för var dag som gått. Nu i sluttampen av arbetet har Stim kommit ut med en ny årsredovisning.

7.3. Hitta vinklar

Antalet möjliga vinklar har inte avgränsats av köpare och handledare. Istället har arbetet hela tiden växt. De färdiga artiklarna innehåller ämnen, tendenser och upptäckter som skulle kunna presenteras i nya former och med helt andra synliga källor som redan finns i mitt källmaterial. Dessutom finns ytterligare en vinkel som jag inte alls har berört ännu.

Spotify och Last FM gör det möjligt att mäta exakt vilken musik som den enskilde användaren lyssnar på, i vilken utsträckning, samt när och hur. I Storbritannien finns det planer på att sända personligt anpassade reklambudskap till Spotifys användare (Wallén, 2009). I Sverige är reklamen i Spotify än så länge åtminstone geografiskt anpassad, eftersom jag själv får lyssna till reklam för Västtrafiks reseplanerare.

Är personligt anpassad reklam integritetskränkande? Eller är det kanske rent av önskvärt att bara få ta del av reklambudskap du själv är intresserad av? Att få olika åsikter i frågan är inte svårt.

7.4. Säljarbetet

Från Jon Josefsson <jon@zeromagazine.nu>
Till Erik Hjärtberg <hjarberg@gmail.com>
Den 7 maj 2009 klockan 19.00

Hej,

Vi har nu diskuterat dina uppslag. De är intressanta men inte för papperstidningen. Hemsidan skulle vara perfekt för en eller två av dina artiklar. Där ligger dock budget på noll för ersättning.

--

Ha en bra dag
/Jon

Från Erik Hjärtberg <hjarberg@gmail.com>
Till Jon Josefsson <jon@zeromagazine.nu>
Den 7 maj 2009 klockan 19.09

Då får ni noll artiklar av mig.

Hälsningar,
Erik Hjärtberg

Jag har varit i kontakt med ett antal tidskrifter för att se om någon är intresserad av att publicera en artikel. I takt med att jag kommit någon vart med mitt arbete har jag också återkommit med mer information. Först i ett sent skede fick jag några klara besked.

7.4.1. Än så länge överenskommet

Till Musikermagasinet har jag sålt två krönikor, eller kåserier. Texten som handlar om Stim (se 3.) ändrade jag till en mer rak, tydlig och enkel form efter önskemål. Den ursprungliga versionen finns som bilaga. Den andra texten (se 4.) har i skrivande stund inte lästs av Musikermagasinet och kommer troligen även den att göras om till en mer rak och tydlig variant. Musikermagasinet har meddelat att de eventuellt även vill ha en text om digitalradio.

Till Götheborgske Spionen har jag sålt en kulturartikel med tillhörande illustration (se 2.).

Hifi & Musik har, vid tidpunkten för slutredigering av arbetet, erbjudit mig att skriva en artikel om hur artister ska få betalt för sin musik i den digitala världen.

7.4.2. Har visat intresse

Kultursmockan (Sveriges musik- och konstskoleråds tidskrift). ”Jo visst är jag intresserad av någon artikel. Jag kan inte riktigt säga vilken just nu. Kan återkomma om det”.

7.4.3. Är inte aktuella för tillfället

Novell. Tror att det skulle kunna vara intressant som ett kortare ”spaningsjobb till den sektion i tidningen vi framöver kommer att kalla Inblick”. Det kan dock bli aktuellt först i ett nummer som kommer i november. Därför kan de tidigast i augusti ge besked om vinkel, textlängd och så vidare.

Sonic. ”Just nu är det ganska fullt i tidningen. Återkom till hösten”.

Bon. Är intresserade om jag hittar ”en nyhet eller scoop”. Ett fullt rimligt krav om det inte kommit från en tidskrift som aldrig någonsin publicerat vare sig en nyhet eller ett scoop.

7.4.4. Har tackat nej

Kommunalarbetaren. Har ”inte plats för sådant material just nu”.

Dagens Media. ”De ligger lite utanför vårt huvudsakliga bevakningsområde”, skrev de som ett svar på mitt erbjudande om att bland annat skriva om digitalradio. Veckan därefter publicerade Dagens Media en artikel om digitalradio.

Computer Sweden. Köper ”i princip” inte in frilansmaterial.

Din Teknik. Tidskriften har lagts ned.

Zero Music Magazine. Se e-postkonversation ovan.

7.4.5. Har e-postats men ännu inte hört av sig

Faktum.

Resumé.

7.5.Handledning

Eftersom jag arbetat ensam har det varit viktigt att ha någon att diskutera arbetet med. Jag har löpande, skriftligen rapporterat till min handledare hur mitt arbete fortskridit. Dessutom har vi då och då träffats och diskuterat. Det jag saknat är konkreta tips och råd. Jag hade gärna fått förslag på hur jag skulle gå tillväga när Spotify inte ville bli intervjuade (vilket jag löste på egen hand), fått en åsikt om vilka vinklar som är viktigast, samt fått råd om vilka tidskrifter jag skulle rikta in mig på.

8. Referenser

Böcker

- Björnberg, Alf (1998). *Skval och harmoni: Musik i radio och TV 1925–1995*. Värnamo: Fälth & Hässler.
- Häger, Björn (2007). *Intervjuteknik*. Stockholm: Liber.
- Krag Jacobsen, Jan (1993). *Intervju: Konsten att lyssna och fråga*. Lund: Studentlitteratur.
- Stims informationsavdelning (2002). *STIM handboken*. Stockholm: Stim.
- Busch, Otto von & Palmås, Karl (2006). *Abstract hacktivism: the making of a hacker culture*. London: Lightning Source

Bokkapitel

- Abrahamsson, Johan (2009). 'Gränslös radio når nya lyssnare'. I *Radio!*. Stockholm: Sveriges Radio.
- Andersson, Jörgen M (2009). 'Många sätt att lyssna'. I *Verksamhet och årsredovisning 2008*. Stockholm: Sveriges Radio.
- Fleischer, Rasmus (2008a). 'Konsumtion blir produktion'. I Ramqvist, Karolina (red). *Nån där?: texter om framtidens kommunikation*. Stockholm: Premiss.
- Held, Anders (2009a). 'Högt förtroende och goda betyg'. I *Verksamhet och årsredovisning 2008*. Stockholm: Sveriges Radio.
- Kielos, Katrine (2008). 'Hierarkierna splittras'. I Ramqvist, Karolina (red). *Nån där?: texter om framtidens kommunikation*. Stockholm: Premiss.
- Lind, Malte (2009). '3,7 miljoner lyssnare varje dag'. I *Verksamhet och årsredovisning 2008*. Stockholm: Sveriges Radio.
- Sveriges Radio (2009a). 'Sveriges Radios kanaler'. I *Verksamhet och årsredovisning 2008*. Stockholm: Sveriges Radio.
- Åkerlund, Mats (2009). 'Efterhandslyssning och "den långa svansen"'. I *Verksamhet och årsredovisning 2008*. Stockholm: Sveriges Radio.

Artiklar i tidskrifter

- Jönsson, Martin (1993). 'Hitstimmet' i *Upp & Ner*, 9:28–33.
- Marchione, Peter (2008). 'Musikerns guide till Spotify'. I *Musikermagasinet*, 12:60–61.
- Grabiec, Simon (2008). 'All musik 0 kronor!: Superguide: framtidens mediedistribution'. I *Macworld*, 11:23–26.

Elektroniska dokument

- BBC News (2009). 'Deal done for Spotify downloads'.
<<http://news.bbc.co.uk/2/hi/technology/7971784.stm>>
090405
- Chrunchbase (2009). 'Last.fm Company Profile'.

<<http://www.crunchbase.com/company/last-fm>>
090405
Computer Sweden (2009). 'Spotify till Android på gång'. IDG.se.
<<http://www.idg.se/2.1085/1.218560/spotify-till-android-pa-gang>>
090504
Cridland, James (2009). 'Stitcher - death to speech radio?'. James Cridland's blog.
<<http://james.cridland.net/blog/2009/04/13/stitcher-death-to-speech-radio/>>
090512
Datorkanalen.se (2009). 'Hur man får en Spotify invite'.
<<http://datorkanalen.se/blogg/sa-far-du-en-spotify-invite>>
090405
Ek, Daniel (2009a). 'Today we have a lot to celebrate'. Spotify.
<<http://www.spotify.com/blog/archives/2009/04/01/today-we-have-a-lot-to-celebrate/>>
090405
Eriksson, Ola (2009). 'MTG Radio satsar på DAB+'. Dagens Media.
<http://www.dagensmedia.se/mallar/dagensmedia_mall.asp?version=236471>
090521
Evers, Katinka (2007). 'The.Matrix.1999.DVD9.720p.HDDVD.x264-hV'. Undertexter.se.
<<http://www.undertexter.se/?p=subark&id=8965>>
090512
Fleischer, Rasmus (2008b). 'Spotify's smutskastande centraltagging'. Copyriot.
<<http://copyriot.se/2008/12/13/spotify-smutskastande-centraltagging/>>
090405
Fleischer, Rasmus (2009a). 'Struntprat att Despotify (eller Kopify) skulle vara olagligt'. Copyriot.
<<http://copyriot.se/2009/02/27/struntprat-att-despotify-eller-kopify-skulle-vara-olagligt/>>
090405
Fleischer, Rasmus (2009b). 'Tre långsiktiga trender kring musikstatistik (och en mystisk svart låda)'. Copyriot.
<<http://copyriot.se/2009/03/27/tre-langsiktiga-trender-kring-musikstatistik-och-en-mystisk-svart-lada/>>
090405
Gradvall, Jan (2008). 'Fuck the average reader'. Gradvall.se
<http://www.gradvall.se/artiklar.asp?entry_id=318>
090514
Gradvall, Jan (2009). 'Krönika, Dagens Industri Weekend 6 februari'. Gradvall.se.
<http://www.gradvall.se/artiklar.asp?entry_id=466>
090405
Halldin, Martin (2008). 'Är Spotify räddningen?'. ETC.se.
<<http://www.etc.se/19364/aer-spotify-skivbolagens-raeddning/>>
090405
Haraldsson, Ulf & Eriksson, Ante (2009). SIFO Radioundersökningar II 2009. Sifo Research International.
<<http://www.sifo.se/Public/Dynamic/ArticleFile.aspx?FileId=2aca4e56-47d9-4f0d-8fe6-5db91774a09c>>
090426
Heinonen, Kristin (2009). 'Last.fm om API, ökad konkurrens och musikvanor online'. What's Next.
<<http://www.whatsnext.se/2009/03/15/lastfm-om-api-okad-konkurrens-och-musikvanor>>

online/>

090405

Hjärtberg, Erik (2008). 'Ha en trevlig kväll: Hur arbetar musikindustrin för att få publicitet och hur förhåller sig de svenska journalisterna till detta?'. Institutionen för journalistik och masskommunikation. Göteborgs Universitet.

<<http://uppsatser.jmg.gu.se/uppsats/ju/B/BH07-3.pdf>>

Jones, Richard (2009a). 'Last.fm Radio Announcement'. Last.fm.

<<http://blog.last.fm/2009/03/24/lastfm-radio-announcement>>

090405

Jones, Richard (2009b). 'Techcrunch are full of shit'. Last.fm.

<<http://blog.last.fm/2009/02/23/techcrunch-are-full-of-shit>>

090405

Kommunalarbetaren (2009). 'Om KA'.

<<http://www.ka.se/index.cfm?n=1686>>

090518

Last FM (2009). 'Radio streaming via proxy - FREE IS FREE diskussioner'. Last.fm.

<http://www.lastfm.se/group/FREE+IS+FREE/forum/119932/_/527245>

090505

Löwenfeldt, Jörgen (2009). 'Efter Spotify - nu storsatsar Creandum'. IDG.se.

<<http://www.idg.se/2.1085/1.216491/efter-spotify--nu-storsatsar-creandum>>

090405

Nationalencyklopedin (2009a). 'Spotify'.

<<http://www.ne.se.ezproxy.ub.gu.se/artikel/1820032>>

090403

Nationalencyklopedin (2009b). 'STIM'.

<<http://www.ne.se.ezproxy.ub.gu.se/artikel/315537>>

090411

Nationalencyklopedin (2009c). 'MTG'.

<<http://www.ne.se.ezproxy.ub.gu.se/artikel/259858>>

090427

Nationalencyklopedin (2009d). 'Digitalradio'.

<<http://www.ne.se.ezproxy.ub.gu.se/lang/digitalradio>>

090514

Nationalencyklopedin (2009e). 'Radio'.

<<http://www.ne.se.ezproxy.ub.gu.se/lang/radio>>

090515

Nationalencyklopedin (2009f). 'Internet'.

<<http://www.ne.se.ezproxy.ub.gu.se/lang/internet>>

090521

Olsson, Miriam (2008). 'Årets entreprenörer 2008'. Internetworld.

<<http://internetworld.idg.se/2.1006/1.157827>>

090405

Pansentient League (2009). 'New Spotify-related Community Sites'.

<<http://www.pansentient.com/2009/03/new-spotify-related-sites.html>>

090405

Radio- och TV-verket (2009). 'Framtidens radio: Slutrapport'.

<http://www.rtvv.se/se/Utredningar/Uppdrag_om_framtidens_radio/>

090521

Rix FM

<<http://www.rixfm.se>>
090427
Roos Holmborg, Natalie (2009). 'Den strömmande musikrevolutionen'. DN.se.
<<http://www.dn.se/kultur-noje/musik/den-strommande-musikrevolutionen-1.822297>>
090405
Räddningsverket (2008). 'VMA - Viktigt meddelande till allmänheten'.
<http://www.srv.se/templates/SRV_Page____1202.aspx>
090521
Stim (2008). Stim årsredovisning 2007.
<<http://stim.se/stim/prod/stimv4.nsf/AllDocuments/D2927247697D391FC125710900484A9C>>
090411
Stim (2009a).
<<http://www.stim.se>>
090411
Stim (2009b). Året 2008.
<[http://www.stim.se/stim/prod/stimv4.nsf/wwwpages/D2927247697D391FC125710900484A9C/\\$File/STIM_Arsredovisning08.pdf](http://www.stim.se/stim/prod/stimv4.nsf/wwwpages/D2927247697D391FC125710900484A9C/$File/STIM_Arsredovisning08.pdf)>
090509
Svenska Akademiens ordbok (2009). SAOB.
<<http://g3.spraakdata.gu.se/saob/>>
090518
Sveriges Radio (2009c). 'P3:s musikpolicy'. SR.se
<<http://www.sr.se/cgi-bin/p3/artikel.asp?Artikel=1142758>>
090426
Sveriges Radio (2009d). 'Vanliga frågor om digitalradio/DAB'. SR.se.
<<http://www.sr.se/sida/artikel.aspx?programid=2205&artikel=555847>>
090603
Walker, Tim (2009). 'Why Sweden rules the web'. The Independent.
<<http://www.independent.co.uk/life-style/gadgets-and-tech/features/why-sweden-rules-the-web-1640950.html>>
090405
Wallén, Johan (2009). 'Spotify lämnar ut ditt känsloliv för pengar'. IDG.se.
<<http://www.idg.se/2.1085/1.215809/spotify-lamnar-ut-ditt-kansloliv-for-pengar>>
090405
Weibull, Lennart & Hadenius, Stig (2009). 'Sveriges Radio AB'. Nationalencyklopedin.
<<http://www.ne.se.ezproxy.ub.gu.se/artikel/321064>>
090426

Muntliga intervjuer

Borg, Joel (2009). Pressansvarig, Luger. Telefonintervju den 12 maj.
Ek, Daniel (2009b). Vd, Spotify. Intervju Stockholm den 6 maj.
Fredriksson, Linus (2009). Departementssekreterare, Kulturdepartementet. Telefonintervju den 4 maj.
Glemme, Martin (2009). Ansvarig för nya medier, Universal. Intervju på plats den 28 april.
Held, Anders (2009b). Kommunikationschef, Sveriges Radio. Telefonintervju den 20 maj.

Johansson, Daniel (2009a). Forskare, Kungliga Tekniska Högskolan. Telefonintervju den 24 april.

Johansson, Daniel (2009b). Forskare, Kungliga Tekniska Högskolan. Intervju på plats den 29 april.

Jonsson, Lars (2009). Tekniker, Sveriges Radio. Telefonintervju den 4 maj.

Kalischer, Pia (2009). Populärmusikansvarig, Sveriges Radio. Intervju på plats den 17 april.

Modig, Christer (2009a). Programchef, MTG Radio. Intervju på plats den 15 april.

Nylin, Lars (2009). Skribent, webbtidningen Musikindustrin. Intervju i Stockholm den 14 april.

Palmås, Karl (2009). Forskare, Chalmers Tekniska Högskola. Intervju Göteborg den 7 maj.

Portnoff, Linda (2009). Forskare, Handelshögskolan i Stockholm, samt musiker. Intervju Stockholm den 16 april.

Schierbeck, Peter (2009). Ställföreträdande generaldirektör på Radio- och TV-verket. Telefonintervju den 27 april.

Textbaserade intervjuer

Alkberg, Mattias (2009). Musiker. E-brev den 24 april.

Almquist, Jonas (2009). Musiker. E-brev den 6 april.

Anonyma (2009). Anställda på Last FM. E-post och chatt.

Blomqvist, Micke (2009). Musiker. E-brev den 13 maj.

Farrant, Scott (2009). Manager for online and new markets, Stim. E-brev den 22 april.

Hirasawa, Maia (2009). Musiker. E-brev den 30 april.

Modig, Christer (2009b). Programchef, MTG Radio. E-brev den 20 maj.

Stiebel, Martin (2009). Jurist, Stim. E-brev den 30 mars.

Filmer

Matrix (1999).

Boat that rocked (2009).

Övrigt

Sveriges Radio (2009b). Musiken i P3 2009. Internt policydokument.

9. Lista på bilagor och ej bifogat studiematerial

9.1. Bilagor

'Stim och Spotify ska inte gömma sig backstage'. Artikel i ursprunglig version.

9.2. Ej bifogat studiematerial

Anteckningar och ljudupptagningar från intervjuer

E-postkonversationer

Illustration till Götheborgske Spionen

<<http://www.box.net/shared/ubt1bc9oe5>>

Fotografier från de intervjuer jag gjort öga mot öga

<http://picasaweb.google.com/hjartberg/Examensarbete?authkey=Gv1sRgCIuP7I-_l6X-6AE&feat=directlink>

Stim och Spotify ska inte gömma sig backstage

Köper du en gitarr vill du kanske skruva isär den, se hur den är konstruerad, och göra nödvändiga justeringar för att den ska låta precis som just du vill. Rätten att få göra det är självklar. Enligt samma logik måste hela musikindustrin fungera för att få förtroende hos den datorintresserade generation som inte är så ung längre.

I Stims årsredovisning för 2008 framgår det att beloppet för fördelning av ersättning ökat med 3,2 procent. Det sammanlagda beloppet var mer än en miljard kronor. Av Stims medlemmar är det färre än hälften som överhuvudtaget fick något betalt. Av den minoritet som fick betalt var det i sin tur färre än hälften som fick ett belopp högre än 5 000 kronor. En liten klick på 89 upphovsmän fick ett belopp högre än 500 000 kronor.

Alla som på något sätt använder sig av musik i offentliga sammanhang måste betala för det. Radio och tv, konsertarrangörer och krögare, bilverkstäder och klädfaffärer. När Stim sedan beräknar hur de insamlade pengarna ska fördelas baseras det på vad som är mätbart, främst den musik som spelas i radio och tv. Lite tillspetsat kan det innebära att krogar som bara spelar hårdrock i praktiken betalar pengar till Abba och Roxette. I framtiden kommer det problemet att lösa sig. Med framväxten av nya webbaserade musiktjänster som Spotify och Last FM är det för det första möjligt att mäta exakt vad som spelas och i vilken utsträckning. För det andra är det, till skillnad från traditionell radio, lyssnarna själva som i hög grad bestämmer vad som ska spelas. Både Spotify och Last FM har avtal med Stim.

Scott Farrant på Stim bekräftar att den nya tekniken leder till en mer korrekt fördelning av pengarna. Den leder också till ett mer varierat lyssnande, skriver han i ett mejlsvar. Väsentlig information i en tid där diskussionen ofta handlar om hur musiker ska få betalt för sin musik. Mer än så får du däremot inte veta. Vilken ersättning du som musiker får för att din musik spelas i Spotify är hemligt. Stim och Spotify stänger in sig i logen backstage och vad som händer där vill ingen berätta.

Daniel Johansson, KTH, forskar om teknikskiftet inom musikindustrin. Han menar att det just är bristen på insyn som gör att det inte finns något som helst förtroende för musikindustrin, allra minst bland unga piratpartister.

– Att många tycker illa om bolagen grundar sig i att de inte känner till hur de fungerar, säger han.

Det är möjligen logiskt att kommersiella företag i en konkurrenssituation vill hålla vissa uppgifter hemliga. Stim däremot drivs utan eget vinstintresse och har all anledning att öppna upp sig. Eftersom Stim måste känna till hur musik används i Sverige sitter de inne med en enorm mängd data.

Den webbaserade musiktjänsten Last FM anpassar sig till varje lyssnars individuella musiksmak. Ju mer du lyssnar desto mer data sparas, och det blir allt lättare att förutse vad du vill höra. Tycker du om The Stooges vill du statistiskt sett även höra The Sonics. Du får tips om konserter på din ort som du kan tänkas vilja besöka, och du kanske får en ny bekantskap på grund av att du och hon har ett gemensamt intresse i det där obskyra Stockholmsbandet.

All den data Stim har om musiken i Sverige borde på samma sätt göras tillgänglig på nätet för alla. Forskare och journalister vill få fram statistik. Bolag och entreprenörer vill försöka förutspå vad som kan bli lönsamma affärer. Fans vill veta hur många gånger en artist har spelat på en viss ort.

Många ekonomer understryker i dag nyttan av långsiktiga relationer med fans. Även stora kommersiella företag kan få det förtroendet genom öppenhet, menar Daniel Johansson.

– Är det däremot så att det finns oegentligheter i verksamheten är det ju ännu värre, säger han.