

UPPSALA UNIVERSITET ♦ FÖRETAGSEKONOMISKA INSTITUTIONEN  
ULF PETTERSSON ♦ KANDIDATUPPSATS ♦ VT 2006

# Upphovsrätten som incitament

EN INKOMSTANALYS AV KREATIVA YRKEN

*Ulf Pettersson*

HANDLEDARE ROGER JOHANSSON

## SAMMANDRAG

MED UTGÅNGSPUNKT I aggregerade och individuella inkomstdata diskuteras vilken roll den ekonomiska upphovsrätten spelar som incitament. Som ett underskattat minimum är 56 % av de samlade inkomsterna på kultur- och mediaområdet oberoende av upphovsrätt. Direkta upphovsrättsinkomster för enskilda skapare motsvarar 2 % av de totala kultur- och mediautgifterna i Sverige. Enskilda skapare får i genomsnitt mycket små andelar av sina inkomster från upphovsrätt. Typiska kreatörer försörjer sig vanligtvis från andra inkomstkällor. Kreatörernas arbetsinkomster fördelas ojämnt och inkomsterna från upphovsrätten fördelas extremt ojämnt, vilket vidare minskar upphovsrättsinkomsterna för typiska kreatörer. Resultaten är konsekventa med tidigare studier. Vidare åtnjuter kreatörer avsevärda kompenserande differentialer av sina yrkesval och motiveras därför i mindre grad av monetär ersättning än andra professioner. Med starka icke-monetära incitament samt omfattande substitut för upphovsrättsinkomster bedöms upphovsrättens incitament som svaga för det kreativa utbudet i sin helhet.

# INNEHÅLL

1	DEN OVÄRDERADE UPPHOVSRÄTTEN	4
	1.1 <i>Problematisering</i>	4
	1.3 <i>Avgränsningar</i>	6
2	TEORI OCH MODELL	7
	2.1 <i>Kreativa marknader</i>	7
	2.2 <i>Upphovsrätt</i>	9
	2.3 <i>Incitament</i>	11
	2.4 <i>Substitut för upphovsrätten</i>	12
	2.5 <i>Modell</i>	13
3	METOD	15
	3.1 <i>Operationalisering</i>	15
	3.2 <i>Datainsamling</i>	15
	3.3 <i>Metoddiskussion</i>	16
4	INKOMSTER PÅ KREATIVA MARKNADER	17
	4.1 <i>Offentliga subventioner</i>	17
	4.2 <i>Indirekta offentliga subventioner</i>	17
	4.3 <i>Privata subventioner</i>	18
	4.4 <i>Indirekta privata subventioner</i>	18
	4.5 <i>Samlade substitut och upphovsrättens maxandel</i>	19
	4.6 <i>Insamlingssällskap</i>	21
5	ENSKILDA INKOMSTER OCH FÖRDELNING	23
	5.1 <i>Tidigare studier</i>	23
	5.2 <i>Inkomster</i>	23
	5.3 <i>Inkomstkällor</i>	25
	5.4 <i>Inkomstfördelning</i>	28
6	UPPHOVSRÄTTEN SOM INCITAMENT	33
	6.1 <i>Summering</i>	33
	6.2 <i>Diskussion</i>	34
	6.3 <i>Upphovsrättens incitament värderade</i>	37
7	SLUTSATSER	39
	REFERENSER	42
	APPENDIX	48

# 1 Den ovärderade upphovsrätten

NÄSTAN ALLA KREATIVA verk vi läser, ser eller hör, är skyddade av upphovsrätt. När vi tar del av dessa verk är vi därför förbjudna att mångfaldiga dem – annat än om de är mycket gamla eller i undantagsfall. I den offentliga debatten är det vanligt med tvärsäkra omdömen om denna rätts betydelse. Ändå är upphovsrättsinstrumentets nytta långt ifrån klarlagd. Förutsättningarna för skapande och möjligheterna till kopiering har ändrats drastiskt med digitala system och globala nätverk. Den tidigare rättstekniska småfrågan upphovsrätten har återfötts till global debatt. Rader av akademiker ger uppmärksamhet åt den allt mer restriktiva upphovsrätten (Lessig 2001). De verkar i såväl komparativ litteratur (Hemmungs Wirtén 2004), mediastudier (Vaidhyanathan 2001) och statsvetenskap (Smiers 2002), som i rättsvetenskap (Boyle 1996; Litman 2001). Likaså argumenteras det bland ekonomer. Den nationalekonomiska debatten om immaterialrätter och deras omfång förs idag mellan bland andra Boldrin och Levine (1999; 2002; 2004; 2005a; 2005b) samt Perelman (2002) å den ena sidan och Klein et al (2002) å den andra. Om upphovsrätt i synnerhet har det på kort tid tillkommit en mycket omfattande teoretisk litteratur (för bra översikter se Allen Consulting Group 2003; Bärwolff 2001; Gordon och Watt 2003; Takeyama et al 2005).

## 1.1 Problematisering

MED ALL UPPMÄRKSAMHET är det förvånande att det finns så föga pålitlig statistik för hur stort eller litet upphovsrättens bidrag till enskilda ekonomier eller branscher är (Picard et al. 2003). Likaså har få ekonomiska bedömningar gjorts av upphovsrättens faktiska betydelse som incitament för enskilda skapare. Den empiriska kunskapsbasen är mycket svag (Corrigan och Rogers 2005). Ett skäl är att det är svårt att bedöma upphovsrättens betydelse. Några försök har ändå gjorts att mäta upphovsrättens bidrag till ekonomin. En typ av studier försöker räkna ihop den andel av BNP som genereras av alla industrier som löst kan kopplas till upphovsrätt (Siwek 2004). Denna hopräkningslitteratur har minst tre brister: för det första räknar den med alldeles för många områden till upphovsrätten (se Picard et al. 2003). WIPOs<sup>1</sup> egna rikt-

linjer för upphovsrättsmätning är ett exempel på detta: inte bara pappersmasseproduktion, detaljhandelsförsäljning av hushållsmaskiner, utan till och med sko- och möbeltillverkning räknas in som mått av *upphovsrättens* bidrag till ekonomin (WIPO 2003). De använda gummidefinitionerna är så breda att alla som vill överdriva upphovsrättens bidrag kan göra så om de vill (Towse 2003 s 5). För det andra gör dessa politiska produkter – inte sällan tillkomna efter riktlinjer givna av lobbyister från mediaindustrin – inga ansatser att räkna bort inkomster som *inte* beror av upphovsrätter. För en riktig bedömning måste substitut för upphovsrätten, som subventioner, räknas med. För det tredje tas ingen hänsyn till alternativa kostnader och nyttor. Som ett slags parodier på ekonomisk utvärdering utgår hopräkningsstudierna från att högre kostnader alltid är ”bättre” och att det inte finns någon alternativ styrning eller resursanvändning som kan vara mer effektiv.

I övrigt är endast få empiriska studier kända. Med mer robusta metoder argumenterar Baker och Cunningham (2004) för att finansmarknader värderar företag med upphovsrättsportföljer högre inför en förlängning av upphovsrätten. Men deras analys visar inte om värdeökningen beror på förväntade förbättrade incitament för nytt skapande eller om det handlar om förväntningar om ökade monopolvinster och rentseeking; därmed fångar den inte upphovsrättens funktion. I en regressionsmodell över olika faktorerers inverkan på filmutbudet fann Hui och Png (2002) att en upphovsrättsförlängning inte gav några statistiskt signifikanta effekter. De beskriver upphovsrättsökningen som en ”gåva till existerande ägare”, utan betydelse för nytt skapande.

Dessa tillvägagångssätt har nackdelen att de hamnar långt bort från kärnproblemet, den enskilde skaparens incitament. En enklare metod, som träffar närmare, är att mäta hur stora inkomster upphovsrätten genererar och hur mycket av dessa som kommer enskilda skapare till del. Minst två studier har undersökt inkomsterna från upphovsrätt för enskilda skapare: Kretschmer (2005) och Towse (2000a). Det är en liknande diskussion jag kommer att föra.

För svensk del finns blott en värdering efter hopräkningsmetoden: där skattas den svenska upphovsrättsekonomin till 6.6 % av BNP (SOU 1983:65). Några andra svenska studier är inte kända. Sålunda existerar inga tillfredsställande bedömningar av vare sig upphovsrättens bidrag till den svenska samhällsekonomin eller dess faktiska betydelse för skapare. Upphovsrätten är en institution som har tillkommit utan *empirisk* ekonomisk utvärdering. Det är föga känt hur mycket kreatörer egentligen tjänar på upphovsrätten. Den här uppsatsen är ett första försök att sprida lite ljus över ett dunkelt, men viktigt problem. I vilka andelar och till vilken fördelning får enskilda skapare sina inkomster från upphovsrätt? Hur starka incitament skapas från upphovsrättens inkomster? Är den ekonomiska upphovsrätten berättigad?

## 1.2 Syfte

MED UTGÅNGSPUNKT I aggregerade och individuella inkomstdata är syftet att diskutera vilken roll upphovsrätten spelar som incitament för det kreativa utbudet som helhet.

## 1.3 Avgränsningar

FÖLJANDE KREATIVA UTBUD och skapargrupper kommer inte att diskuteras i den här uppsatsen: *forskning* – upphovsrättsincitament får a priori anses ha för liten betydelse för att vara intressant här. Likaså är det med *arkitekter* och med *kartritäre* och andra offentliga institutioner och deras produktion. *Teaterverk* kommer inte heller att behandlas, annat än när de ingår i litteratur. Framställningen behandlar bara själva *skaparnas* välfärd och incitament, av två skäl. För det första är upphovsrättens uttryckta motivation att främja skapandet av uttryck, inte distributionen av dem. För det andra träder upphovsrätten in i en digital ekonomi där exemplar av kreativa verk tillverkas och distribueras till marginalkostnader mycket nära noll. Zhang (2005) visar hur digital distribution, till exempel över peer-to-peer, är samhällsekoniskt överlägsen dagens distribution. Med god sannolikhet kommer dagens fysiska distributionsled till största delen att försvinna (se Regner 2002; Hedlund 2006; Agrell 2006).

## 2 Teori och modell

### 2.1 Kreativa marknader

SOMLIGA IFRÅGASÄTTER KANSKE ett brett begrepp som 'kreativa marknader', med argument att finkulturellt konstskapande och kommersiell musikexport har föga gemensamt. Men om det inte fanns något som var gemensamt med kreativa marknader – hur är det i så fall möjligt att reglera dem alla med samma upphovsrätt? Upphovsrättslagstiftningen i sig förutsätter helt enkelt att kreativa marknader kan betraktas i grupp. En mycket kort beskrivning av några viktiga och typiska egenskaper för kreativa marknader följer.

Den mest slående egenskapen för kreativa varor i sin upphovsrättsliga bemärkelse är icke-rivalitet. *Icke-rivalitet* innebär att en persons konsumtion av en vara inte minskar någon annans konsumtion av samma vara. Icke-rivalitet råder så gott som alltid för upphovsrättsliga verk – på något sätt kan verket alltid registreras och mångfaldigas. Men när kopian av verket sprids och konsumeras minskas inte möjligheten att konsumera originalet. Den andra varudimensionen *exkluderbarhet* uttrycker möjligheten att hindra andra från att ta del av en vara. Motsatsen *icke-exkluderbarhet* är ett förhållande som gäller många kreativa varor. TV-sändningar i etern är inte möjliga att exkludera. Varor som är både icke-rivaliserande och icke-exklusiva kallas *gemensamma nyttigheter*. Dessa kan ge upphov till *fripassagerarproblemet*; nyttjande utan betalning för dess fulla sociala kostnad (Hardin 1968). Eftersom producenten inte kan täcka sina kostnader riskerar dessa varor att underproduceras. Ytterligare en typisk egenskap hos kreativa verk är deras roll som *upplevelsevara*. För andra varor är nytan känd och ganska lika från produkt till produkt – köper man en stol så vet man att den går att sitta på. Kreativa varor som musik, böcker och datorspel är annorlunda – om de verkligen är underhållande eller inte är svårt att veta innan de har konsumerats. Denna *inperfekta information* (Akerlof 1970; Rothschild 1973) leder till en effekt som starkt präglar många kreativa marknader: *nobody knows*. Nobody knows, ingen vet-effekten, innebär att det är extremt svårt att förutspå efterfrågan för många kreativa varor, till exempel för film eller skivor. Kreativa marknader är också präglade av varierande eller höga

fasta kostnader i jämförelse med låga eller nästan obefintliga marginalkostnader. Resultaterande marknadsmisslyckanden med *skalfördelar* och *vertikal integration* (Mol et al. 2005), skapar *naturliga monopol*, *oligopol* eller *monopolistisk konkurrens* (Stiglitz och Dixit 1977), där några få koncerner dominerar (Towse 2004 s59).

#### 2.1.2 KOMPLEXA PREFERENSER

MEDAN SOCIOLOGER, STATSSETARE och psykologer sedan länge haft en komplex förståelse för människors preferenser har många ekonomer envisats med att betrakta dem som fixa (Stigler och Becker 1977). Försök till det har dock inte visat sig gå att försvara (Cowen 1988). Konsumenters val är inte blott resultatet av aggregerade, givna preferenser, istället påverkas individuella preferenser av andra (Salganik et al. 2006; Teschl och Comim 2005). Människor anpassar sig till sin omgivning – deras preferenser är *adaptiva*. Problemen med adaptiva preferenser och deras aggregering (Giovanola 2005; Nussbaum 2000) är så tydliga att de har fått vissa mikroekonomer att helt överge inte bara preferenser utan hela nyttobegreppet som sådant (Sen 2002). Det är en smula överdrivet, även om det behövs större förståelse för betydelsen av social påverkan. På mediemarknader med fasta kostnader och olika preferenser kan konsumenter utverka positiva eller negativa *preferensexternaliteter* på varandra (Waldfogel 2003). Det leder till att minoriteters preferenser inte respekteras såsom de borde – det uppstår en majoritetens tyranni (George och Waldfogel 2003).

#### 2.1.3 SUPERSTJÄRNOR

DEN FÖRSTA EKONOMISKA teorin om superstjärnor formulerades av Rosen (1981). Den mer citerade modellen är Adlers (1985; 2005) version. Adler visar att om konsumtion kräver kunskap, kan det uppstå *superstjärnor*. Om konsumenter kan spara på sökkostnaderna, till exempel genom att välja en populär artist, kan det vara optimalt att välja denne, även om artisten är likvärdig eller sämre än andra artister. Superstjärne-hypotesen förutser att uppmärksamhet och försäljning kommer att fördelas ojämnt mellan skaparna på kreativa marknader: vissa skapare blir superstjärnor, delvis oberoende av kvaliteten i sitt arbete. Som en konsekvens kommer inkomsterna att fördelas ojämnt eller mycket ojämnt mellan skaparna. Superstjärne-hypotesen, liksom den sociala påverkan mellan konsumenter, kan bekräftas experimentellt. I ett unikt experiment med en artificiell musikmarknad fick 14 341 personer ladda ner och bedöma låtar de inte hört tidigare. När individerna exponerades för information om andra personers musikval förändrades deras egna preferenser. Populär musik blev mer populär och tvärtom när lyssnarna påverkade varandra. Kvalitet uppvisade ett samband med efterfrågan men låtar på givna kvalitetsnivåer hade stor variation i framgång. När den sociala påverkan blev starkare blev samtidigt superstjärne-effekten mer extrem (Salganik et al. 2006).



#### 2.1.4 NÄTVERKSEXTERNALITETER

NÄTVERKSEXTERNALITETER ÄR EN effekt där en persons nytta av en vara förändras av andra personers konsumtion av samma vara (Gandal 1995; Katz och Shapiro 1985). Typiskt sett ökar nyttan om fler andra personer använder samma vara. Ett klassiskt exempel är kommunicerande mjukvara. Om en speciell programvara krävs för att kommunicera då ökar nyttan för varje enskild ju fler i nätverket som använder samma program. Med starka nätverkseffekter kan all reproduktion, även olaglig kopiering, skapa nytta för originalproducenten (Takeyama 1994). På kreativa marknader har nätverksektualiteter störst betydelse för mjukvara, men också en mindre betydelse för litteratur, film och musikkonsumtion (Abramowitz 2004 s 97).

### 2.2 Upphovsrätt

DEN FÖRSTA MODERNA upphovsrättslagen, The Statute of Anne, instiftades i England år 1710. Förläggaren *The Stationers Company of England* fick därmed ensamrätt att trycka och mångfaldiga alster. I Sverige gavs författare ensamrätt till sina verk för första gången 1810. Över tiden har upphovsrättsregleringen undan för undan stärkts och skyddstiderna förlängts, på fler och fler områden har förbud mot kopiering införts (Lessig 2001; Litman 2001). Under 80-talen och 90-talen accelererade utvecklingen samtidigt som reglerna blev mer komplicerade. Upphovsrättsområdet räknas nu till ett av de mest komplexa juridiska områdena (Olsson 2006). Regleringarna är så komplicerade att såväl medborgare som regeringar har svårt att förstå dem (Litman 2001; Towse 2003). Förändringarna har motiverats med teknikutvecklingen och de minskade marginalkostnaderna för kopior. Upphovsrättslagarna har också internationaliserats – de nyare svenska lagändringarna är sprungna ur EU-direktiv som i sin tur grundar sig på fördrag från WIPO<sup>2</sup>.

Upphovsrätten har två delar, den *ekonomiska* och den *ideella*. Den ideella eller moraliska rätten är rätten för den enskilde att förknippas med de uttryck hon har skapat. Den ekonomiska upphovsrätten är ett förbud mot att kopiera andras mänskliga uttryck. Som immaterialrätt omfattar upphovsrätten inte idéer som sådana – den gäller idéernas uttryck. För att ett verk skall omfattas av ensamrätt måste det uppnå *verkshöjd*, ett visst krav på originalitet och självständighet. Alltför enkla uttryck, som korta tidningsnotiser, uppnår inte verkshöjd och omfattas inte av upphovsrätt. Från att tidigare kräva registrering eller särskild angivelse har upphovsrätten blivit automatisk – från skapelseögonblicket gäller den allt som uppnår verkshöjd. Som huvudregel gäller förbudet att kopiera ett verk under upphovsmannens livstid och 70 år efter dödsåret.

Den svenska upphovsrätten är hårdare än flera andra länders system, till exempel anglosaxiska staters som USA (Olsson 2006 s 57-

67)<sup>3</sup>. För det första är kravet på verkshöjd lågt satt i Sverige, det betyder att det är förbjudet att mångfaldiga även mycket enkla uttryck. För det andra är undantagen från upphovsrätten mindre generösa: i svensk lag är de strikt specificerade. Generella undantag som det amerikanska "fair use" finns inte; inte heller medger lagen någon allmän frihetsförsäkring med hänsyn till yttrandefrihet<sup>4</sup>.

#### 2.2.1 UPPHOVSRÄTTENS EKONOMI

DET EKONOMISKA MOTIVET till upphovsrätt är att säkerställa incitament för skapande genom att internalisera nyttor och kostnader via exkluderande äganderätter. Den klassiska formella modellen för ekonomisk analys av upphovsrätten utvecklades av William Landes och Richard Posner i *An Economic Analysis of Copyright Law* (Landes och Posner 1989). De beskriver upphovsrätten som en avvägning mellan behovet av incitament och monopolkostnader. För att skapa ett verk krävs investeringar och monetära incitament. Ekonomiskt sett skapar upphovsrätten ett temporärt *monopol* över distribution och försäljning av ett verk och vissa verk baserade på samma verk (Akerlof et al. 2002 s 3). Monopolet exkluderar fripassagerare och gör det möjligt att höja priset under upphovsrättens skyddstid. Därmed kan skaparen täcka de fasta kostnaderna: det skapas ekonomiska incitament för att producera verket. En av konsekvenserna av Landes och Posners modell är att minskade kostnader för att kopiera bör resultera i längre upphovsrättstid.

Medan upphovsrätten har nyttan att den kan skapa incitament för kreativt arbete för den också med sig kostnader. De viktigaste kostnaderna är de dödviktskostnader som uppstår till följd av *underanvändning* på grund av mindre spridning. En del av dessa är kostnader för *uteslutning* när behov och preferenser hos individer med för låg köpkraft tas inte i beaktande (Richards 2002). Till följd av monopolen uppstår också kostnader för icke-optimal allokering. En välfärds-konsekvens är *resursöverföringar*: upphovsrätten medför överföringar inte bara från konsumenter till producenter utan också från u-länder till i-länder (Smiers 2002). De höjda priserna innebär också *höjda inputkostnader*. Det betyder att framtida produktion, som kan använda upphovsrättsmaterialet som byggstenar eller delar, blir dyrare (Landes och Posner 1989). En vidare kostnad är sämre konkurrens och en *stelnad marknadsstruktur*: upphovsrätten används av dominerande företag för att försvåra för konkurrenter (Bärwolff 2001). Kostnaderna för information, handel och förhandlingar i upphovsrättssystemet ger upphov till *transaktionskostnader*. Om dessa blir högre än nyttan med själva varan uppstår en 'anti-commons' där upphovsrätten motverkar sitt syfte (Towse 2004 s59). I och med att upphovsrätten kan användas i syfte att förhindra annat informationsutbyte än den är tänkt för skapar den också *demokratikostnader* – upphovsrätten används till censur (Rushton 2002 s57; Banisar et al. 2003). Slutligen skapar upphovsrätten *övervakningskostnader*: om upphovsrätten skall stärkas när ko-

piering blir enklare uppstår en konflikt som delvis bara kan lösas med ökad övervakning.

De senare åren en mycket omfattande nationalekonomisk teoretisk litteratur som behandlar upphovsrätten tillkommit, med en rad formella modeller (Gordon och Watt 2003; Takeyama et al 2005). Med det nyväckta intresset har standardmodeller börjat ifrågasättas. Yuan (2005) argumenterar med en simuleringsmodell för att minskade kopieringskostnader bör resultera i kortare upphovsrättstid. Takeyama (2003) visar att hänsyn till informationsvärden ger vid handen att skadorna med kopiering är överskattade. Ramello (2005) argumenterar för att ekonomiska analyser av upphovsrätten tagit för liten hänsyn till värdet av delad och gemensam kunskap. Hakfoort (2002) visar att på marknader med nätverksexternaliteter blir de situationer där upphovsskydd är samhällsekonomiskt optimalt färre, och därmed argumentet för upphovsrätt svagare.

### 2.3 Incitament

VISS EKONOMISK LITTERATUR ger en bild där finansiella motiv framställs som allenarådande som motivation för arbete. Det är riktigt att ekonomiska incitament är viktiga för kreativa skapare (Towse 2001a). Men människor motiveras också av andra önskningar: om socialt erkännande och av glädje med att arbeta med intressanta uppgifter (Fehr och Falk 2002). Begreppet *kompenserande differentialer* uttrycker de skillnader i lön som uppstår från icke-monetära incitament (Mankiw 2001). I synnerhet kreativt arbetande individer motiveras av erkännande, status och andra *icke-monetära belöningar*. Konstnärer har en starkare inklinering mot att söka icke-monetära belöningar än vad andra professioner har. De ger hellre upp pengar för självtillfredsställelse, berömmelse och status än personer verksamma i andra professioner (Abbing 2003). Erkännande är ofta viktigare än pengar. Efter en viss nivå börjar kreatörer förlora intresset av ytterligare monetära incitament (Abbing 2002). Arbetsmarknadsekonomen Randall Filer framhåller vikten av de kompenserande differentialerna för artister: skillnaden mellan de flesta arbetsmarknader och den för artister är att artistens arbete skapar nytta i sig för den enskilde. Amatörartister som finansierar sitt intresse för musikskapande med ett arbete som revisor eller liknande är vanliga. Däremot hör man aldrig talas om människor som tar ett jobb som sångare för att finansiera bokföring på fritiden. Detta faktum dominerar arbetsmarknaden för artister så starkt att varje försök till analys utan hänsyn till det är dömt att misslyckas (Filer 1995). Även monetära utbyten, speciellt i informella sammanhang, kan äga rum utan vinstmaximeringsmotiv. Istället kan det utföras i syfte att upprätthålla sociala relationer om omfördelning och socialitet (Williams och Windebank 2001). Särskilt *uppmärksamhet* har stor betydelse för arbetsmotivation och prestationer (Mayo 1945). Human relations-skolan i organisationsteorin menar att de viktigaste

belöningarna är de som förknippas med "tillfredsställelse av ego- och självförverkligandebehov" (McGregor 1960). Ett human-relations orienterat synsätt, i kontrast till ett klassiskt rationellt, är mer relevant i dynamiska miljöer. Miljöer som karakteriseras av osäkerhet och snabb förändring i marknadsvillkor och teknologi ställer speciella krav på organisatoriska lösningar (Lawrence och Lorsch 1967; Scott 2003). Sådana miljöer är typiska för kreativa industrier, där produkterna i sig kräver hög innovationstakt. Monetära incitament kan också skapas från fördelarna med att vara först; från *first mover advantage*. Plant (1934) argumenterade av detta skäl för att upphovsrätten inte behövs. I en digital ekonomi är argumentet svagare, men även där har det en roll. Fördelar från *first mover advantage* kan vara stora när varor produceras under imperfekt konkurrens kombinerat med, vilket är vanligt, omfattande reklamintäkter (Richards 2002). Originalproducenter har unika fördelar i förmågan att kunna förutse och planera alla typer av pre-emptiva initiativ på marknader för komplementära varor och tjänster – support, böcker, leksaker och så vidare (Singer et al. 2001). För kreativa marknader är komplementära varor och tjänster särskilt viktiga, och de kan förväntas bli viktigare i framtiden (OECD 2005).

## 2.4 Substitut för upphovsrätten

UPPHOVSRÄTT ÄR ENDAST ett sätt att skapa incitament och lösa problem med underproduktion av kreativa varor. Man kan uttrycka det så att andra incitament fungerar som *substitut* för upphovsrätten. Icke-monetära incitament ger ersättande nyttor. Andra inkomstkällor substituerar direkt de inkomster som ekonomisk upphovsrätt kan ge. Vid värderingar av upphovsrätten är offentliga subventioner givna substitut – de bör räknas bort även enligt WIPOs riktlinjer (WIPO 2003 s51). Att stipendier, priser, gåvor, sponsring samt andra privata subventioner fungerar som substitut är också naturligt. Ett viktigt monetärt substitut som däremot behöver diskuteras närmare är reklam.

Ju fler som tar del av en reklamfinansierad produkt, desto större värde skapas för utgivaren. Inkomsterna från reklamfinansierade kreativa varor är på så sätt inte beroende av möjligheten att exkludera andra från produkten<sup>5</sup>. Därför bör reklaminkomster räknas som ett substitut för upphovsrättsinkomster. För kreativa produkter som finansieras med reklam, till exempel gratistidningen Metro, är förhållandet givet. Tidningen sprids inte bara fritt på allmänna platser, den går också att ladda ner fritt och skriva ut i obegränsat antal exemplar<sup>6</sup>. Samtidigt bidrar inte reklamen, i de flesta fall, till ökad efterfrågan på varan – konsumenterna är reklamaverta. Om det också är möjligt att ta bort reklamen kan den förlora sin funktion som substitut. Reklamen är beroende av att kunna *fästas* vid produkten. Med digital kopiering har argumentet uppstått att det blir så enkelt att ta bort reklam, till exempel med DVR-spelare som TiVo, att fästbarheten försvinner. I så fall vore det fel att betrakta reklam som ett substitut för upphovsrätten.

Flera skäl talar emot större problem med fästbarheten. Det första är de förbud mot att kringgå tekniska skyddsåtgärder som är lagstadgade i de flesta OECD-länder; lagstiftningen kan användas för att förhindra borttagande av reklam som är fäst vid en digital kreativ vara. Vidare måste reklamaversionen vara större än den personliga kostnaden med att ta bort reklamen: för att ta bort den krävs arbete eller sökande efter kopior där reklamen redan har tagits bort. Slutligen kan fästbarheten motverkas tekniskt. Ett exempel är elektronikföretaget Philips som nyligen utvecklat och patenterat en teknik där det inte längre är möjligt för TV-tittare att hoppa över reklamen i TV-program (Newton och Kelly 2006). Lösningen bygger på befintlig mjukvara – ett system som finns inbyggt i de flesta digital-TV mottagare och kan fungera även om TV-programmet spelas in på digital video (Fox 2006). Det amerikanska TV-nätverket ABC började under 2006 att kostnadsfritt publicera flera av deras mest populära program över nätet – i sin helhet men utan möjlighet för tittaren att hoppa över reklamen (Bangeman 2006).

Kreativa verk genererar också marknadsföringsvärden för skaparen själv. Dessa värden är beroende av att verket förknippas med upphovsmannen. Det medför att den ideella upphovsrätten – som lagstodgar rätten att förknippas med ett verk – i sig fungerar som ett substitut för den ekonomiska upphovsrätten (Towse 2001b).

TABELL 2.1 Incitamentsmodell

INCITAMENT		
ICKE-MONETÄRA <i>Kompenserande differentialer</i>	+	MONETÄRA <i>Inkomster</i>
<i>marknadsföringsvärden erkännande, status, berömmelse nöje, egen tillfredsställelse andra nyttor</i>		UPPHOVSRÄTTENS SUBSTITUT <i>Offentliga och Privata subventioner</i>
	+	UPPHOVSRÄTTSSINKOMSTER <i>Direkta och Indirekta upphovs- rättsinkomster</i>

## 2.5 Modell

INCITAMENTEN FÖR SKAPANDE av kreativa verk består av en icke-monetär och en monetär del. Ju starkare icke-monetära incitament, desto mindre betydelse får de monetära incitamenten. De monetära incitamenten, inkomsterna för skapande, består i sin tur av substitut och av upphovsrättsinkomster. Ju större andel substitut, desto mindre betydelse får upphovsrätten som incitament. Den ekonomiska upphovsrätts incitament är alltså de incitamentseffekter som finns kvar när kompenserande differentialer och upphovsrättsens substitut räknats bort. Tabell 2.1 visar förhållandet mellan de olika incitamentsvariablerna.

## 2.5.1 DEFINITIONER

MED OFFENTLIG SUBVENTION avses i den här uppsatsen all finansiering som kommer av skatt eller intäkt som har likvärdig samhällsekonomisk effekt som skatt. Med *privat subvention* avses övriga ersättningar som går utöver direkt marknadsmässigt utbyte. Med *direkt*, i fråga om subventioner, avses finansiella flöden som är ämnade just som subventioner. Med *indirekt* avses de subventioner som har klar utbudsstödjande effekt men har andra officiella eller huvudmässiga syften. Begreppet *upphovsrättens substitut* introduceras som de medel som kan ersätta upphovsrätten som incitament. Med *direkt*, i fråga om upphovsrättsinkomster, anses de medel som avräknas av upphovsrättssällskapen. Med *indirekta upphovsrättsinkomster* menas de inkomster som skapas med grund i upphovsrätten men förmedlas utanför upphovsrättssällskapen<sup>7</sup>.

## 3 Metod

UPPHOVSRÄTTENS INCITAMENT SKATTAS från betydelsen av upphovsrättens inkomster jämfört med andra inkomster och incitament. För att öka tillförlitligheten skattas inkomster och incitament från två håll: för det första på aggregerad, för det andra på individuell nivå. Aggregerat beräknas de maximalt möjliga inkomsterna från upphovsrätten genom att dra av utgifter som verkar som substitut från de totala samhällsutgifterna för kreativa varor. Den individuella framställningen beskriver enskilda skapares inkomster och från vilka källor inkomsterna kommer. Superstjärne-hypotesen förutser att kreatörernas inkomster kommer att fördelas ojämnt. Därför är det viktigt att ta hänsyn till inkomsternas fördelning mellan skaparna. Den individuella värderingen av upphovsrätten blir sålunda i linje med dem som har utförts av Towse (2000a) och Kretschmer (2005).

### 3.1 Operationalisering

TABELL 3.1 VISAR operationaliseringen av modellen. Styrkan hos de icke-monetära incitamenten jämfört med de monetära mäts som de enskilda inkomster kreatörerna accepterar och alternativa inkomster de ger upp vid valet att arbeta med skapande. Incitamenten från upphovsrättens monetära substitut mäts för det första aggregerat som de samlade substitutens andel av de totala inkomsterna för upphovsrättsliga verk. För det andra skattas de från individuella data om olika inkomstkällor. Incitamenten från upphovsrättens inkomster operationaliseras för det första som de samlade direkta inkomsterna från upphovsrätten. För det andra som individuella upphovsrättsrelaterade inkomster och deras fördelning.

### 3.2 Datainsamling

DATA HAR SAMLATS från Statens Kulturråd, SCB, AMS, de upphovsrättsliga insamlingssällskapens årsredovisningar, offentliga utredningar på kulturområdet och från tidigare studier. För svenska data om direkta

upphovsrättsinkomster och deras fördelning kontaktades insamlings-sällskapen STIM, SAMI, ALIS och BUS och myndigheten Sveriges Författarfond. En förfrågan om anonymiserat inkomstfördelningsdata tillsammans med födelse- och dödsår för de enskilda skaparna gjordes till den person som har ansvar för uppgifter om fördelning till enskilda medlemmar<sup>8</sup>. Sveriges Författarfond återkom med en gång med samtliga efterfrågade uppgifter. Ansvarig på STIM gick inte att få tag på. Trots att flera andra sällskap till en början svarade positivt, ville inget sällskap i slutändan lämna ut data utöver årsredovisning. En förfrågan gjordes också till Skatteverket, som nekade med hänvisning till regler om arbetsgivardata<sup>9</sup>. Analysen har kompletteras med vissa exemplifierande uppgifter som belyser olika skapares situation. De är hämtade från national- och företagsekonomisk litteratur, uppsatser och dagspress.

TABELL 3.1 Operationalisering av modell

INCITAMENT		
ICKE-MONETÄRA <i>Kompenserande differentialer</i>	+ MONETÄRA <i>Inkomster</i>	
OPERATIONALISERAS: <i>1. Enskilda inkomster / Alternativ lönekostnad</i>	UPPHOVSÄRTTENS SUBSTITUT <i>Offentliga och Privata</i>	UPPHOVSÄRTT <i>Direkta och Indirekta</i>
	OPERATIONALISERAS: <i>1. Samlade substitut och upphovsrättens maxandel</i> <i>2. Inkomstkällor för enskilda</i>	OPERATIONALISERAS: <i>1. Samlade direkta inkomster</i> <i>2. Enskilda inkomster samt inkomstfördelning</i>

### 3.3 Metoddiskussion

UPPSATSENS SYFTE ÄR metodmässigt svårt att uppfylla, definitionsproblem och svårigheter med data spelar in. De incitament som upphovsrätten och dess substitut ger kan inte mätas exakt, de måste snarare uppskattas. Det är också möjligt att göra olika tolkningar av inkomster och inkomstskillnaders betydelse som incitament. Reklamintäkter kanske bara till del fungerar som substitut för upphovsrättsinkomster. Samtidigt kan andra motivationer för att skapa vara mer betydelsefulla än vad som syns i huvudsakliga inkomstperspektiv – såväl Homeros, Mozart och Shakespeare skapade helt utan upphovsrätt (se till exempel Tschmuck 2002). Reliabiliteten hos somliga data kan diskuteras när de grundar sig på lite äldre uppgifter. Det kvalitativa stoffet har valts med snöbollsmetoden och efter osystematiskt intresse, som sådant är det känsligt för författarens influenser.



## 4 Inkomster på kreativa marknader

### 4.1 Offentliga subventioner

OFFENTLIGA SUBVENTIONER AV kultur och media är en av de inkomstkällor som kreativa skapare har att tillgå oavsett upphovsrätten. De offentliga subventionerna av kultur i Sverige är många. En regeringsproposition räknar upp 11 stöd för konstnärer: bibliotekersättning, talbokersättning, visningsersättning, fonogramersättning, bidragsformer, inkomstgarantier, långtidsstipendier, konstnärsbidrag, arbetsstipendier, projektbidrag och internationella bidrag (Prop. 1997/98:87). Till det tillkommer bidrag till organisationer, press- och kulturtidningsstöd och åtskilliga andra subventionsformer. Sammanlagt satsade det offentliga 17 433 miljoner kronor på kultur och media år 2002, varav staten 8 miljarder, landstingen 1,7 och kommunerna 7,6 (Kulturrådet 2003). Till det tillkommer stöd från internationella organ som Nordiska rådet och EU. Subventionerna tillfaller verksamheter som vissa kanske inte tänker sig. Ett exempel är skivbolaget Caprice Records; Caprice får 70 % av sina omkostnader täckta med skattemedel (Grundemark och Thelerö 2005). Andra subventioner har udda ursprung: 1937 infördes i Sverige den så kallade enprocentsregeln. Enligt den skulle en procent av statens byggnationskostnader avsättas för konstnärlig utsmyckning. Eftersom regeln behandlats som ett riktmärke har de faktiskt satsade beloppen understigit detta (SOU 1995:18). Offentligt stöd för media och kultur är heller inget unikt för Sverige, även om nivån här är högre betalar vissa andra länder jämförbara subventioner (se bland andra Abbing 2002; Rengers och Plug 2001; ERICarts 2001; Westerlund 2002). Vid sidan om skatt samlas offentliga kultursubventioner in via licensmedel. År 2002 var SVT, SR och URs totala avgiftsmedel 6 265 miljoner kronor (Kulturdepartementet 2001).

### 4.2 Indirekta offentliga subventioner

ETT AV DE FRÄMSTA indirekta stöden för kreativt arbetande är socialförsäkringarna, framför allt arbetslöshetsförsäkringen. På grund av AMS generösa inställning till kulturområdet har AMS-insatser blivit en del av kulturstödet (SOU 1997:183 s25). Popmusikskapare använder a-

kassa i mycket stor utsträckning. Frilansande popmusiker<sup>10</sup> utgör 90 % av gruppen och för dessa är uppemot 50 % beroende av a-kassa (KLYS 2000). För andra musikergrupper är det än värre: hela 75-80 % av frilansmusikerna i Musikförbundet kompletterar ständigt med a-kassa. Likaså i andra kreativa yrken: regissörer arbetar med uppdrag om två-tre månader och med mellanliggande arbetslöshetsperioder. Enligt KLYS<sup>11</sup> är i stort sett alla regissörer beroende av a-kassa mellan jobben. En sammanlagd uppgift anger att 1,3 miljarder kr nådde kulturområdet via arbetsmarknadspolitiska åtgärder 1997 (Prop. 1997/98:87). Skattesubventioner är en annan vanlig form av stöd för skapande – Sverige tillämpar sänkt bokmoms som en subvention för bokläsande. I en jämförelse över elva europeiska länder<sup>12</sup> nyttjas sänkta momssatser på flera kulturområden i varje land. Den genomsnittliga momssatsen bland länderna var 19,9 % år 2001. Samtidigt var genomsnittlig moms på böcker 6,4 %, press 6,1 %, ljudinspelningar 19,6 %, video 19,6 %, biobiljetter 9,5 %, för frilansskribenter 8,8 % och bildkonstnärer 9,2 % (ERICarts 2001).

### 4.3 *Privata subventioner*

MÄNGDEN GÄVOR OCH subventioner för kreativt skapande är exceptionell (Abbing 2002). Stipendier och priser är en särskilt viktig typ av finansiering och ger inte bara konkreta inkomster, de skapar också incitament genom den status de ger. Stipendier och priser skapar kulturellt eller symboliskt kapital (Bourdieu 1986; Throsby 2000). Dessa immateriella värden av symboliskt eller kulturellt kapital bör inte underskattas (ERICarts 2001). Dessvärre är de immateriella värdena allt för svåra att mäta, men ett försök till sammanräkning av prissummor har genomförts. Över 200 olika stipendier eller priser identifierades med utgångspunkt i en förteckning sammanställd av KLYS (2005). De stipendier som angett sin utdelning på nätet, delar ut en sammanlagd summa av 65 miljoner kronor per år<sup>13</sup>. Eftersom metoden bygger på stipendier som är registrerade i en enskild förteckning och många stipendier inte anger några utdelningssummor är siffran att betrakta som ett klart minimum. En ytterligare finansieringsform är sponsring. Uppgifter som kultursponsringens storlek skiljer sig en smula. Föreningen Kultur och Näringsliv (1999) anger 207 miljoner kronor per år, Berggren och Tydén (2001) anger 245, båda för 1999.

### 4.4 *Indirekta privata subventioner*

#### 4.4.1 REKLAM

REKLAM ÄR DEN andra stora intäktskällan för kreativ produktion. Radio och TV finansieras ofta helt av annonser. Av dagstidningarnas intäkter kommer två tredjedelar från reklam. Samtidigt ökar de helt reklamfinansierade gratistidningarna i antal. Större svenska nättidningar finansieras till mellan 90 och 100 % av annonsintäkter (Andersson

och Enander 2001). Nya reklamformer ger finansiering även till andra medier, till exempel film. Produktplacering blir viktigare och kan vara det bästa sättet att undvika brus i kommunikationen<sup>14</sup>. Den kan vara mera värd än annan reklamkommunikation därför att konsumenterna redan har sin fulla uppmärksamhet på det kreativa verket (Solomon och Englis 1994). Å andra sidan menar vissa filmskapare att sponsring och produktplacering inte är någon stor del av finansieringen när den används, och därför inte spelar stor roll (Bohman och Belfrage 2005 s 38). Spelutveckling kan också finansieras med reklam, en utveckling som kan förväntas tillta eftersom data tyder på att spelare har små aversioner mot reklam i spel (comScore 2006). De samlade reklaminvesteringarna i svenska media var 16 741 miljoner kr år 2003 (IRM 2006).

#### 4.4.2 EGENINSATSER

EGENARBETE ÄR EN särskilt viktig subvention där kreatörer är självanställda, till exempel popmusik, litteratur och bildkonst (Abbing 2002 s314). Ett område där eget arbete subventionerar betydande värden är musik. Musikfestivalers ekonomi bygger till stor del på frivilligarbete. På vissa festivaler, även sådana med flera tusen besökare, är inte bara arrangörsarbetet obetalt, även artisterna själva betalar i praktiken för att få spela: gagera är så låga att de understiger bandens resekostnader<sup>15</sup>. Popartister blir ofta upptäckta eller slår igenom vid spelningar på festivaler. De reklamvärden som skapats med frivilligarbetet förs därigenom vidare till skivbolaget som ger ut musiken. Värdet av egeninsatserna vid liknande tillfällen är svåra att uppskatta men det finns inga skäl att tro att de är små. Också skivbolag drivs med egeninsatser. Ett exempel är Häpna. Skivbolaget drivs på ledig tid av två personer, vid sidan om deras fasta arbeten. Häpna ger ut den musik de känner entusiasm för: ”Vi försöker inte få en hit, utan vill ge ut musik som vi själva gillar” säger Klas Augustsson, en av grundarna (Grundemark och Thelerö 2005). Trots sin betydelse är de sammanlagda värdena av egeninsatser och frivilligarbete svåra att uppskatta och får betraktas som en fråga för framtida forskning.

### 4.5 *Samlade substitut och upphovsrättens maxandel*

EN SAMMANSTÄLLNING AV de redovisade utgifterna visas i Tabell 4.1. Den lägger också till hushållens kultur- och mediautgifter. Det samlar de svenska kultur- och mediautgifterna och det blir möjligt att skatta den andel som maximalt kan vara beroende av upphovsrätt. Beräkningen tar bara med de utgiftsslag som det varit möjligt att finna robusta uppgifter på. Den största samlade finansiären av kultur- och media är offentliga stöd. Den näst största är reklam. Jämförelsen är ett överslag och omfattar också kostnader som inte finansierar skapande. De offentligfinansierade medlen går också till helt andra verksamheter, till exempel kulturminnesvård.

TABELL 4.1 Utgifter för kultur och media i Sverige 2002

TYP	UTGIFT	MILJONER SEK	ANDEL, %
	<i>Totala utgifter</i>	72 703	100
<i>Direkta offentliga subventioner</i>	<i>Skatter</i>	17 433	24,0
	<i>Licensavgifter</i>	6 265	8,6
<i>Indirekta offentliga subventioner</i>	<i>Socialförsäkringar</i>	okänt	-
<i>Direkta privata subventioner</i>	<i>Sponsring</i>	245	0,3
	<i>Stipendier och priser</i>	65+	0,1
<i>Indirekta privata subventioner</i>	<i>Reklam</i>	16 741	23,0
	<i>Egeninsatser</i>	okänt	-
<i>Övrigt</i>	<i>Maximalt upphovsrättsberoende</i>	31 954	44,0

Källor: Kulturrådet (2003), Licensavgifter: Kulturdepartementet (2001) – ingår som del i hushållens utgifter och räknas därför ej med i totalen, Reklam: IRM (2006) – siffror för år 2003, beräknat (summa medieinvesteringar-(butiksmidia+utombus+adresserad dr+oadresserad dr+kataloger+annonsblad)), Sponsring: Berggren och Tydén (2001), Föreningen Kultur och Näringsliv (1999) – siffror för år 1999, Stipendier och priser: sammanräkning från antal källor med utgångspunkt i KLYS (2005) – siffror företrädesvis från 2005.

Samtidigt tar dessa kostnader ut varandra; de verkar både till förmån för upphovsrätten och för dess substitut. Totalutgifterna omfattar till exempel kostnader för köp av tv-apparater, stereos och annan hårdvara. De täcker också kostnader över hela värdekedjan. Eftersom skaparnas del av värdekedjan är liten (7-10 % för musiker; se nedan) kan överskattningen vara stor. Reklampengarna finansierar också hela värdekedjor. Däremot är de klara upphovsrättssubstituten sponsring, stipendier och licensavgifter snävare riktade mot de relevanta delar som skapar upphovsrättsliga verk. Sammanlagt finansieras minst 56 % av kultur- och mediautbudet på vägar som inte är beroende av upphovsrätt. Då är ändå inte socialförsäkringar eller egeninsatser medräknade. Andelen är så betydande att den inte går att bortse från, även om kategoriseringen är grov. Det bör poängteras att dessa 56 % bara visar hur stora inkomster, givet antagandena, som med säkerhet *inte* kan vara beroende av upphovsrätt. Beräkningen går inte att tolka från motsatt håll – som ett mått på upphovsrättens inkomstandel. I själva verket är upphovsrättens inkomstandel betydligt mindre på grund av att inkomsterna finansierar andra nyttor, främst i andra delar av värdekedjan men också andra kvaliteter hos de kreativa produkterna i sig.

#### 4.6 Insamlingssällskap

DE DIREKTA UPPHOVSRÄTTSINKOMSTERNA förmedlas via särskilda organisationer – insamlingssällskap med lagreglerade rättigheter att driva in

upphovsrättsintäkter. Sällskapen har fyra huvudfunktioner: att licensiera verken de håller eller förvaltar upphovsrätten till, att övervaka användning och samla in avgifter samt att fördela de insamlade medlen till medlemmarna. Slutligen ingår de utbytesavtal med andra länders upphovsrättssällskap om att förvalta deras insamling i det egna landet och tvärt om (Towse 2000a).

TABELL 4.2 Insamlingssällskap i Sverige 2003

BETECKNING	SÄLLSKAP	MEDLEMMAR	ÅRLIG UTDELNING, MILJONER SEK	OFFENTLIGBEEKOSTAD ANDEL AV ERSÄTTNING (MILJONER SEK)	VERKSAMHETS-KOSTNADENS ANDEL AV INTÄKTERNA
STIM	<i>Svenska Tonsättares Internationella Musikbyrå</i>	43 318 individuella (440 röstberättigade)	972	10.4+ % (101,1)	15
SAMI	<i>Svenska Artisters och Musikers Intresseorganisation</i>	18 000	128	26+ % (25,7)	-
IFPI	<i>International Federation of the Phonographic Industry</i>	-	-	-	-
COPY-SWEDE	<i>Copyswede</i>	5 000	157	-	-
BUS	<i>Bildkonst Upphovsrätt i Sverige</i>	5 500 svenska individuella avtal, 5 944 svenska medlemmar	37	50+ % (18,3)	17
ALIS	<i>Administration av Litterära rättigheter i Sverige</i>	2 500	-	-	-
Bonus Presskopier	<i>Bonus Presskopier</i>	15 organisationer	100	83 % (82,7)	6.8
TROMB	<i>Teaterförbundets rättighets- och medieaktiebolag</i>	2 000	45	-	-
TOTALT	-	-	1 439	16 % (227,8)	12,9

Källor: STIM (2004) – siffror för år 2003, verksamhetskostnad avser administrativ omkostnadsprocent år 2003, SAMI (2004) – siffror för år 2003, offentligbekostad andel avser endast Sveriges Radio, Copyswede (2004), BUS (2006) – utdelning för 2003, verksamhetskostnad för år 2005, Bus Medlemsförteckning 2006-04-24, Bonus Presskopier (2003) – avser endast svenska organisationer, TROMB – personlig kommunikation, siffror för 2005, i övrigt: Sveriges Författarförbund (2006).

Tabell 4.2 beskriver de svenska upphovsrättssällskapen, hur många medlemmar de har och hur mycket pengar de delar ut under ett år. Av dessa är inte alla direkt relevanta för skaparna: IFPI är producenternas organisation och delar inte ut till enskilda skapare. Bonus Presskopier fördelar sina medel på organisationer och delar därför inte heller ut till enskilda. Tabellen visar också den andel av sällskapens medel som

i slutändan är skattefinansierade: STIM och BUS får båda statsbidrag samtidigt som organisationerna också förvaltar utdelningen av efterfrågematchade subventioner. Till dessa medel har också räknats licensköp från offentliga organisationer<sup>16</sup>.

Verksamhetskostnadernas andel av intäkterna är ett mått som används av insamlingssällskap för att jämföra effektiviteten sinsemellan. Typiska administrationskostnader för sällskap som samlar in för musikaliska framföranden är 15-20 % (Towse 2000a). De svenska sällskapen framstår inte som orimligt ineffektiva, förutsatt att de har redovisat kostnaderna korrekt (men se Rochelandet 2003). I praktiken har sällskapen svaga incitament att rationalisera, eftersom de har monopol på sin verksamhet.

Med förbehållet att data från författarnas insamlingssällskap saknas kan det konstateras att de direkta upphovsrättsinkomsterna på 1,4 miljarder kr är små jämfört med totalsummorna på kultur- och mediaområdet. Direkta upphovsrättsinkomster för enskilda skapare motsvarar bara 1,98 % av de totala kultur- och mediautgifterna i Sverige. Det är också intressant att även bland insamlingssällskapens medel är 228 miljoner kr ursprungligen skattefinansierade – dessa medel skulle kunna fungera som ett substitut för upphovsrätt om väljarna så önskar, utan direkt förlust för skaparna.

## 5 Enskilda inkomster och fördelning

### 5.1 Tidigare studier

TOWSE (2000A) BESKRIVER inkomster och fördelning från upphovsrätts-sällskap för kompositörer och artister från Storbritannien (PPL/PRS), Italien (SIAE) och Japan (Geidankyo). Datat visar ett konsekvent mönster – upphovsrättsinkomster kan bara ge ett marginellt tillskott till artisternas uppehälle, även över en 50-års period. Samma slutsats drar Kretschmer (2003) som beräknar att i Storbritannien och Tyskland kan mellan 500 och 1500 kompositörer leva på inkomster huvudsakligen från upphovsrätt. För författare anges att upphovsrätten ger otillräckliga inkomster för 90 % av populationen. Kretschmer menar sammanfattande att samhällets kreativa bas upprätthålls med andra medel än inkomster från upphovsrätt. I en studie över författare i USA beräknade Tebbel (1976)<sup>17</sup> att endast 300 självanställda författare kunde försörja sig på upphovsrättsinkomster. Matsumoto (2002) beskriver inkomster och dess fördelning för artister i Japan. Endast 0,9 % av artisternas samlade inkomster är direkt upphovsrättsroyalty. Sammanlagt 6,1 % kommer från vad som generöst kan tolkas som indirekta upphovsrättsinkomster<sup>18</sup>. De största inkomstkällorna var istället *uppträdanden* som genererade 36 % av inkomsterna, *undervisning* med 24 % och *annat* som bidrog med 13 %.

### 5.2 Inkomster

TABELL 5.1 VISAR GENOMSNITTLIGA bruttoinkomster för en rad skapargrupper i Sverige jämfört med inkomsten för den arbetande befolkningen med motsvarande utbildningsnivå. Uppgifterna kommer från en inkomstregisterundersökning av SCB (SOU 1997:190). Både konstnärer och författare har högre utbildningsnivå än befolkningssnittet i övrigt (SOU 2003:21). I SCBs studie angav 47 % att de hade högskolutbildning tre år eller längre, jämfört med 10 % av befolkningen vid samma tid. Sammanlagt hade 63 % eftergymnasial utbildning (SOU 1997:190 s15). För att ta hänsyn till den höga utbildningsnivån har jämförelsetalet justerats med en genomsnittlig utbildningspremie för högskoleutbildade (Kunushevshi 2005). Alternativkostnaden blir då den löneökning

som kreatörerna ger upp i jämförelse med befolkningen med motsvarande utbildningsnivå. Tabellen visar att samtliga kreativa grupper har betydligt lägre inkomster än jämförbart genomsnitt. Som grupp tjänar kreatörerna 72 % av befolkningens årsinkomst i medeltal. Svarta inkomster kan underskattas för några av grupperna, till exempel för bildkonstnärer. Något som dock talar mot en betydande underskattning är att siffrorna är analoga med andra studier. Enligt Fritzell och Lundberg (1998) uppgick den genomsnittliga bruttoinkomsten (exklusive stipendier) från bildkonstnärligt arbete under 1996 till ca 75 000 kronor.

Samtliga undersökta kreativa grupper, utöver instrumentalister, väljer alltså trots höga eller mycket höga alternativa lönekostnader att arbeta med kreativt skapande. Bild- och formkonstnärer kan öka sin lön med 99 % om de väljer ett genomsnittligt yrke istället för konsten. Populärmusiker väljer bort en lönehöjning på 28 % för att få arbeta som musiker. Kreatörsggruppen som helhet arbetar med skapande trots i genomsnitt 39 % högre lön om de tagit ett vanligt kneg.

TABELL 5.1 Kreativa gruppers inkomster jämfört med befolkningen 1995

KREATIV GRUPP	GENOMSnittlig BRUTTO- INKOMST	LÖNEANDEL AV ARBETANDE BEFOLKNING, %	ALTERNATIV LÖNE- KOSTNAD, %	N
<i>Bildkonstnärer</i>	99	50,2	99,3	3 857
<i>Formkonstnärer</i>	102	51,7	93,4	1 456
<i>Tecknare, illustratörer</i>	139	70,5	41,9	341
<i>Fotografer</i>	129	65,4	52,9	826
<i>Tonsättare</i>	158	80,1	24,9	162
<i>Kompositörer</i>	165	83,6	19,6	470
<i>Instrumentalister</i>	200	101,4	-1,4	656
<i>Jazz/folk/rock</i>	154	78,1	28,1	616
<i>Sångare</i>	196	99,3	0,7	438
<i>Dansare, koreografer</i>	154	78,1	28,1	495
<i>Teater</i>	194	98,3	1,7	555
<i>Film</i>	156	79,1	26,5	668
<i>Författare, översättare</i>	174	88,2	13,4	1 752
<i>Dramatiker</i>	174	88,2	13,4	98
<i>Samtliga</i>	142	72,0	38,9	13 390
<i>Arbetande befolkning<sup>2</sup></i>	197	100	0	4 500 000

Källor: Konstnärernas verksamhetsinriktning och ekonomiska förhållanden, SOU (1997:190 s11).. Datat avser åren 1991-1995 Konstnärsnämnden och från Författarfonden 1995-1996. 2. Arbetsinkomst för helårs- och heltidsanställda individer, 20-64 år, som saknar inkomst från näringsverksamhet. Justerad med 14,7 % genomsnittlig utbildningspremie för högskoleutbildade (Kunushevshi 2005).

Datat är konsekvent med tolkningen att kreativa skapare fäster betydligt mindre vikt vid monetära incitament än vad genomsnittet av befolkningen gör. De kompensande differentialerna är stora vid ar-



beten som rocksångare, författare eller illustratör. Kreativt yrkesverksamma arbetar med en stark personlig och konstnärlig drivkraft och är beredda till långtgående personliga uppoffringar för att fortsätta i yrket (SOU 1997:183 s23). Som konsekvens kan även musiker som betraktas som kända leva med låga inkomster: även mycket etablerade frilansmusiker är tidvis beroende av stöd från a-kassa (KLYS 2000). På frågan om han blivit rik på att skriva låtar åt andra svarar låtskrivaren och artisten Andreas Mattsson, huvudman i popgruppen Popsicle, att han har ”sjukbiträdeslön” (Wennersten 2006).

Också författare accepterar låga inkomster i utbyte mot status, frihet och att få arbeta med sitt intresse. Så här kan en författare uttrycka sig om värdet av att vara sedd som författare: ”När någon hör eller ser namnet Unni Drougge, vill jag att vederbörande ska tänka: ’Hon är författare’” (Drougge 2004). Att se sig själv i tryck värderas högt: tämligen ofta betalar författarna själva för att få bli publicerade (Hjorth-Andersen 2000). I Storbritannien verkar flera förlag där författare betalar för att publiceras eller där de publiceras utan att få någon monetär ersättning<sup>19</sup>. Nyttan för författaren begränsar sig till berömmelse, erkännande och tillfredsställelsen av att bli publicerad. Det brittiska författarförbundet, med ett intresse av att hålla författarnas löner uppe, publicerar en särskild medlemsguide som avråder från liknande förlag (The Society of Authors 2006). Petter Lindgren, poet, har extremt låga inkomster med bara 59 600 kr deklarerat år 2002 – han bor med två barn och sambo i en etta. ”Jag tycker ändå att jag har bra villkor. En fördel är ju att det är minimala produktionskostnader. Jag behöver egentligen bara papper och penna. Fast somrarna är svåra.” Samma inkomstproblem men med acceptans har poeten Anna Jörgensdotter. Trots en inkomst på 8 000 kr i månaden efter skatt tycker hon att hon ”har det bra” (Åkerberg 2004).

För andra kreatörer är yttre status mindre betydelsefullt medan professionellt erkännande spelar en större roll. Datorspelsutvecklare drivs av normer om status inom sin profession. Kreatörerna i utvecklingsbolagen motiveras främst av kollegornas professionella erkännande – inte av lön eller bonussystem (Åkeson och Steinmetz 2006).

### 5.3 Inkomstkällor

TABELL 5.2 GER en bild över fördelningen av svenska kreatörers inkomster från det kreativa arbetet jämfört med andra källor. Källan är den ovan nämnda studien av SCB. Med övriga inkomster avses inkomst av näringsverksamhet från icke-konstnärligt arbete och inkomst av tjänst med både konstnärlig och icke konstnärlig inriktning. Utredningen *Generella konstnärsstöd* bedömde med utgångspunkt i samma data att kreativa skapares inkomster från kreativ verksamhet utgjorde 20 % av deras totala inkomster (SOU 1997:184 s24). I en kompletterande enkätstudie angav 68 % av de kreativa rörelseidkarna att de arbetade mer än tio timmar veckan med icke-kreativa arbeten och 34 % att de

arbetade mer än 21 timmar i veckan med desamma. Hela 82,5 % av kreatörsgruppen uppbar inkomster från arbetsmarknads- eller kulturpolitiska stöd. Dessa olika sidoinkomster är i realiteten huvudinkomster – den typiske kreatören kan bara i mycket begränsad omfattning leva på kreativa inkomster (SOU 1997:190 s25-26). I jämförelse med yrken med likvärdig utbildningsnivå får kulturskapare den lägsta inkomstandelen från marknaden (Abbing 2002 s40). De *upphovsrättsliga inkomsterna* är i sin tur bara en del av *kreativa inkomsterna* och blir därmed mycket små i förhållande till de samlade inkomsterna.

För att ge en klarare bild är det värt att diskutera de enskilda kreatörsgruppernas inkomstkällor närmare. För bildkonstnärernas del är inkomsternas källor nog utredda i en studie av Fritzell och Lundberg (1998). Totalt hade 75 % av de yrkesverksamma konstnärerna som fått uppdrag år 1996 fått uppdragen från offentligt finansierad verksamhet<sup>20</sup>. Samtidigt hade 40 % av de yrkesverksamma konstnärerna under 65 år inte haft något uppdrag alls i form av utsmyckning eller försäljning av verk under samma år. Av bildkonstnärernas *arbetsinkomster* kom 35 % från konstnärlig verksamhet, 33 % från konstnärsanknutet arbete, 14 % från stipendier och 18 % från annat arbete. Men arbetsinkomsterna är en liten del av de *samlade inkomsterna*. I jämförelse med tidigare studier (Hultgren 1968) finner Fritzell och Lundberg det ”ställt utom allt tvivel att konstnärerna idag i betydligt mindre utsträckning ‘lever’ på sin konstnärliga verksamhet”.

TABELL 5.2 Kreativa inkomster och andra inkomster för olika grupper 1998

	GENOMSnittlig BRUTTOINKOMST		N
	KONSTNÄRLIG INKOMST FRÅN NÄRINGSVERKSAMHET	ÖVRIGA INKOMSTER	
<i>Bildkonstnärer</i>	11 237	82 741	2 879
<i>Formkonstnärer<sup>a</sup></i>	18 081	67 998	1 238
<i>Tecknare, illustratörer</i>	56 080	76 627	211
<i>Fotografer</i>	31 916	85 106	487
<i>Tonsättare</i>	28 512	135 270	95
<i>Kompositörer</i>	18 747	140 271	170
<i>Instrumentalister</i>	10 336	187 504	78
<i>Jazz/folk/rock</i>	18 182	113 371	124
<i>Sångare</i>	26 546	157 403	30
<i>Dansare, koreografer</i>	15 782	117 850	46
<i>Teater</i>	31 874	172 273	224
<i>Film</i>	41 395	112 513	235
<i>Författare, översättare</i>	53 040	121 741	811
<i>Dramatiker</i>	53 239	111 856	32
<i>Samtliga</i>	23 120	93 778	6 661

Källa: Konstnärernas verksamhetsinriktning och ekonomiska förhållanden, SOU (1997:190 s24).

De framhåller hur ”nettoinkomsten av konstnärlig verksamhet som våra svarande uppger är frapperande låg inte bara i absolut mening utan också relativt andra inkomstkällor” – 80 % av konstnärernas inkomster kommer från andra källor än konstnärlig verksamhet. Det är arbete som bildlärare, museiintendent eller pensioner, som skapar inkomster för konstnärerna. De upphovsrättsberoende inkomsterna är försvinnande små.

För musiker pekar data i samma riktning. De traditionella *skivbolagsintäkterna* kommer från inspelningar medan intäkter från konserter, T-shirts och liknande typiskt sett går till artisterna själva (OECD 2005 s39). För de 35 bäst betalda popartisterna i USA år 2002, var inkomsterna från konserter 7,5 gånger högre än inkomsterna från skivförsäljning. Totalt sett är de royaltysättningar som går till musikens skapare små. Skivbolaget tar vanligtvis hälften av upphovsrättsintäkten (Connolly och Krueger 2005). Artisten Jacob Slichter beskriver hur runt 7,5 % av skivpriset tillfaller artisten. Towse (2001a) anger royaltysättningar om 10-15 % av försäljningspriset för standardkontrakt. Krasilovsky och Shemel (2000)<sup>21</sup> anger royalty på 7-15 %, men det är före avdrag från skivbolaget för deras kostnader; efter avdragen är royaltyn 3 % av försäljningsintäkterna. Warner Music Group anger royalty före avdrag på 12-18 % samt 9 % efter avdrag vid CD-försäljning. Motsvarande nivå vid digital nedladdning är 10 %<sup>22</sup>. OECD (2005) gör en sammanställning över 6 olika källor och finner att mellan 5,6 och 11,1 % av en CDs pris i handeln går till artisten<sup>23</sup>.

För författare finns få siffror; i en enkätundersökning över 1012 författare från engelskspråkiga länder uppgav 68 % att skrivande inte var deras främsta inkomst samtidigt som 35 % önskade att det varit så (trAce 2000). Själva framhåller många författare andra inkomstkällor än upphovsrätt. Enligt författaren Ola Larsmo är författar och översättarpenningen ”utan tvekan den viktigaste stödformen för enskilda författare” (Larsmo 2005). Andra författare framhåller andra subventioner: ”Det är ju de här stipendierna som vi författare lever på”, säger Carina Rydberg, författare, om den garanterade författarpenningen. Somliga författare är ändå kritiska mot subventioner. ”Man bör göra nåt för pengarna. En del har ju fått den i 30-årsåldern. Då tycker man ju att det är lite Skandiadirektörsaktigt. Att de får pensionen i förskott.” Det säger Ulf Stark, författare (Westerberg et al. 2005).

En typisk författarkommentar ser ut så här. ”I hela mitt liv har jag varit inställd på att skriva. Jag var en sån som var bäst i klassen på att skriva uppsats och riktade tidigt in mej på att bli författare, även om jag insåg att det inte skulle gå att försörja mej som sådan. Det är ju ytterst få förunnat.” Författaren i fråga, Inger Frimansson (2004), fortsätter. ”Att ha ett heltidsarbete och dessutom uppfostra två barn och sköta hem och hushåll lämnar inte mycket tid över för skrivande. Under de år som gått sedan 1984 har jag i gengäld varit produktiv. Tack vare generösa arbetsgivare och stipendier kunde jag ta tjänstledigt emellanåt från mitt arbete som journalist. Sedan årsskiftet 1997-1998

är jag författare på heltid.” Vid årsskiftet mot 1998 hade Frimansson kommit ut med tretton böcker, dessa hade hon alltså skrivit utan att kunna försörja sig på dem eller på skrivande som sådant. Hennes skrivande finansierades av henne själv, av arbetsgivaren och av hennes stipendiegivare. Dessutom var hon motiverad i sig att skriva och hade gjort det även om hon inte kunnat tjäna pengar på det. Upphovsrätten förefaller göra liten skillnad. Andra författare framhåller hur även inkomsterna från själva skrivandet inte ligger i direkt försäljning. ”När du kommer ut med en bok så blir det som ett kvitto på att du åtminstone är halvbegåvad på att skriva. Det leder sedan till jobb som är mer inkomstbringande än poesin”. Så säger Petter Lindgren, och tillägger att hans böcker ger ”ingenting” i inkomst. Han får det mesta av sin inkomst från den garanterade författarpenningen (Åkerberg 2004).

#### 5.4 Inkomstfördelning

VISS DATA OM fördelningar från upphovsrättsliga ersättningar finna publicerade sedan tidigare, däremot inga som gäller Sverige (Kretschmer 2003; 2005; Matsumoto 2002; Towse 2000a). De data som presenteras här är, såvitt jag känner till, nya bland publicerade inkomstfördelningar också därför att de gäller författare och konstnärer; tidigare studier har koncentrerat sig på musiker, kompositörer eller artister. Datat över författarnas inkomstfördelning kommer från *författar- och översättarpenningen*, även kallad bibliotek ersättningen. Den betalas ut när böcker lånas på allmänna bibliotek och fördelas av Sveriges Författarfond. Konstnärsersättningarna är dels den *individuella visningsersättningen*, för verk som visas på museer och den *individuella reprografiersättningen* för konstbilder som kopieras ur böcker. De fördelas av insamlingssällskapet Bildkonst Upphovsrätt i Sverige. Författar- och översättarpenningen och den individuella visningsersättningen är inte upphovsrättsinkomster utan skattefinansierade subventioner. Som sådana är de substitut för upphovsrätt. Samtidigt är de *efterfrågematchade* stöd som beräknas på ett liknande sätt som direkta upphovsrättsliga ersättningar. Därför kan de användas för att skatta fördelningen av direkta och indirekta upphovsrättsinkomster, med förbehållet att de sannolikt underskattar skevheten i fördelningen. Tabell 5.2 visar grunddata för dessa ersättningar. Tabell 5.3 sammanställer dessa nya data i en jämförelse över inkomstfördelningar för konstnärer, författare och musiker från sju olika källor och från fyra olika länder<sup>24</sup>. De beskriver antingen totala inkomster för gruppen (SCB, Gema) eller inkomster från enbart upphovsrätt. För Författarfonden bygger jämförelsetalen på inkomsterna i populationen, i de övriga fallen på data som kategoriserats i inkomstgrupper. Jämförelsetalen från BUS utgår från färre kategorier och är därför mindre precisa. Relativ variationskoefficient<sup>25</sup> är ett standardmått på skeva distributioner (Argyrous 2002). P25 och P75 betecknar percentiler, som jämförs med medianen (percentil 50).

TABELL 5.3 Efterfrågematchade subventioner samt individuell reprografersättning 2004

ERSÄTTNING	ANTAL MOTTAGARE, N	ÅRLIG UTDELNING, MILJONER KR	OFFENTLIGBEEKOSTAD ANDEL AV ERSÄTTNING
<i>Författar och översättarpenning</i>	4 331	42,2	100 %
<i>Individuell visningserättning</i>	3 118	22,9	100 %
<i>Individuell reprografierättning</i>	451	3,4	x %

Källor: Sveriges Författarfond: personlig korrespondens, BUS (2004a), BUS (2004b).

TABELL 5.4 Inkomstfördelningar för olika grupper av skapare

KATEGORI	LAND	UTBETALARE ELLER STUDIE	MEDIAN (MEDEL), LOKAL VALUTA	STANDARD- AVVIKELSE	RELATIV VARIATIONS- KOEFFICIENT	P25 / MEDIAN	P75 / MEDIAN	TOPP / MEDIAN
<i>Konstnärer</i>	SE	SCB, 1996	91 600 (99 000)	-	-	0,42	1,54	-
		BUS: IV, 2004	2 750 (7 351)	7 945	108 %	(1)	2,73	14,6
		BUS: IR, 2004	1 500 (7 539)	6 558	87 %	(0)	5	13,3
<i>Författare</i>	SE	SCB, 1996	159 700 (174 000)	-	-	0,57	1,51	-
		Författarfonden, 2004	3 354 (9 740)	20 627	212 %	0,60	2,28	60,2
<i>Musiker</i>	SE	SCB, 1996	174 720 (174 600)	-	-	0,67	1,31	-
	UK	PRS, 1994	87 (1 313)	29 309	207 %	0,28	4,30	1149,4
	D	Gema, 2000	13 231 (18 477)	12 973	70 %	(1)	1,80	7,7
	J	Geidankyo, 1998	10 276 (154 994)	5039263	194 %	0,29	7,30	729,9
<i>Befolkningen</i>	SE	SCB, 2002	252 000 (264 900)	44	2 %	0,87	1,2	-

Källor: SCB: SOU (2003: 21), BUS: BUS (2004a), BUS (2004b), Författarfonden: Sveriges Författarfond, personlig korrespondens – data för år 2004, PRS och Gema: U.K. Monopolies and Mergers Commission (1996) respektive Künstlersozialkasse (2000) som återgivna i Kretschmer (2005), Geidankyo: som återgivet i Matsumoto (2002).

I de fall källan anger en maxkategori, gör den sista kolumnen en jämförelse mellan medianen och den angivna maxinkomsten. Den sista raden anger motsvarande data för den svenska arbetande befolkningen. I jämförelse med befolkningen är kreativa skapares inkomster kraftigt snedfördelade: stora antal tjänar mycket litet i jämförelse med små antal med många gånger större inkomst. Den relativa variationskoefficienten är hundra gånger större för upphovsrättsinkomster hos författare och musiker än för befolkningens inkomster. Tabellen visar också

DIAGRAM 5.1 • Författar- och översättarpenning 2004

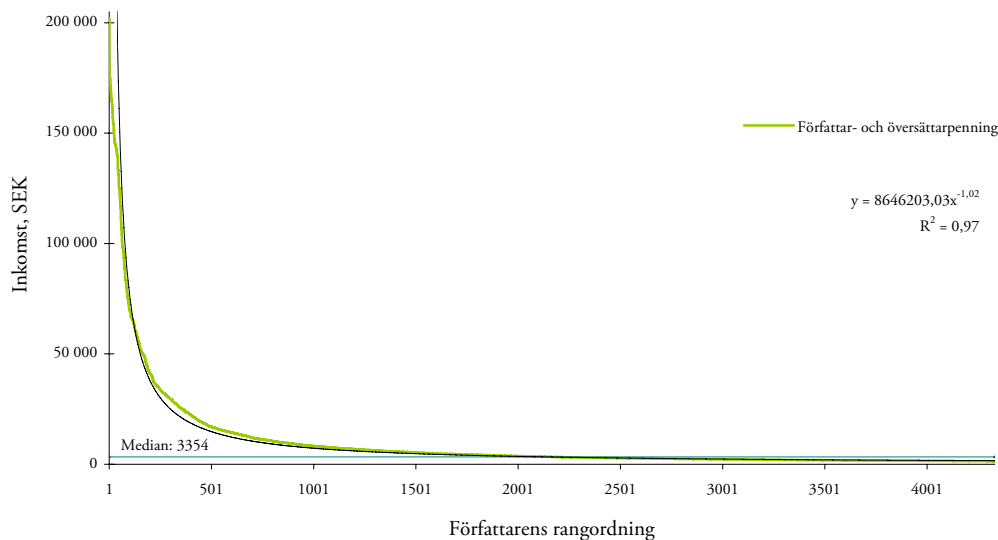
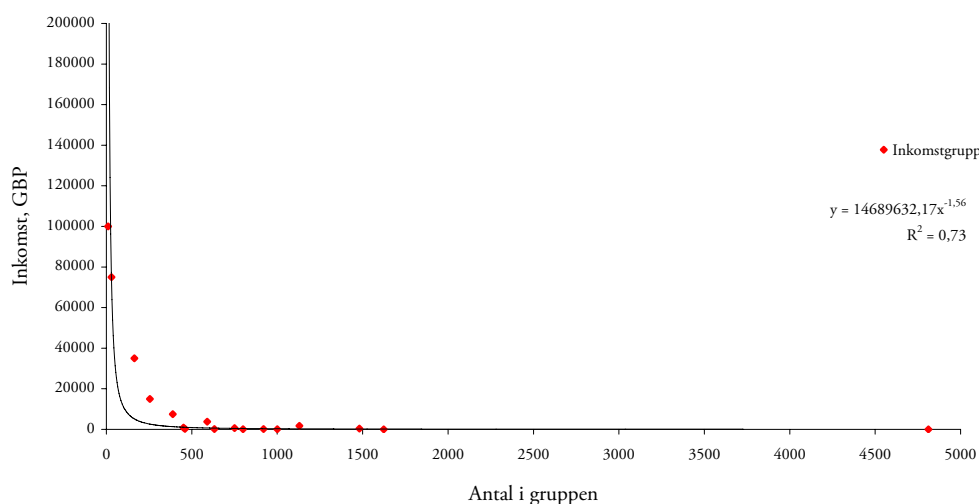


DIAGRAM 5.2 • Upphovsrättsinkomster för Brittiska musiker 1994



att inkomsterna från upphovsrätt i sig i samtliga fall är mer snedfördelade än totalinkomsterna. Mönstret är konsekvent med att upphovsrätt står för en liten del av inkomsterna för skapare. Musiker är den grupp där inkomstspridningen är störst, tätt följda av författare och därefter konstnärer. Resultaten är i linje med andra bedömningar och data. För musiker råder mycket stora skillnader i upphovsrättsersättning mellan olika artister menar ERICarts (2001). De 1 % populäraste artisterna i USA drog in 56 % av konsertintäkterna år 2003. De 5 % populäraste tjänade 84 % av intäkterna. Skev fördelning gäller också andra upphovsrättsområden: även biografintäkter är starkt konvexa i rankning (De Vany och Walls 1997).

För att göra fördelningen tydligare visar diagram 5.1 och 5.2 upp-

hovsrättsinkomsterna grafiskt. Diagram 5.1 visar författar- och översättarpenningen efter individuell rankning. Bland de redovisade distributionerna är den brittiska musikmarknaden mest lik den svenska – diagram 5.2 visar upphovsrättsinkomster för brittiska musiker fördelat på inkomstgrupp. Grafer över konstnärersättningarna redovisas i Appendix. Fördelningarna är mycket ojämna: sambandet mellan skaparnas rankning och inkomst liknar närmast potens- eller logaritmiska funktioner<sup>26</sup>. Konsekvensen av de extremt skeva fördelningarna är att de allra flesta konstnärer, författare och musiker får obetydliga direkta inkomster från upphovsrätten. Den direkta upphovsrättsinkomsten individuell reproersättning ger bara 1 500 kronor i inkomst om året för en typisk konstnär. För brittiska musiker var medianen inte mer än £ 87 per år 1994. Om inkomstfördelningen är densamma för svenska musiker är medianupphovsrättsinkomsten för en svensk musiker inte högre än 1 487 kr per år från STIM<sup>27</sup>. För de efterfrågematchade ersättningarna är inkomsterna lika små. Medianen för författarfonden är 3 354 kronor om året, för den individuella visningsersättningen 2 750 om året. Även om de totala inkomster som kan räknas till upphovsrätt för en typisk författare vore tio gånger högre – alla data tyder på att de är betydligt lägre – så uppgår de bara till runt 15 % av författarens hela inkomst.

#### 5.4.1 BELOPPSGRÄNSER

ENYTTRELIGAREFAKTOR som har konsekvenser för upphovsrättsmedlens fördelning är eventuella beloppsgränser. Tabell 5.5 visar sådana minimi- och maximinivåer för några upphovsrättsliga och efterfrågematchade ersättningar. Sänkta maximinivåer fördelar medlen jämnare över populationen medan höjda miniminivåer koncentrerar inkomsterna till det efterfrågade urval som fortfarande får ersättning efter höjningen. Maximininivåerna för författare och konstnärer betyder att fördelningen skulle ha varit ännu mer ojämn om enbart efterfrågan fått råda, för IR-ersättningen hade effekten varit stor (BUS 2004b).

TABELL 5.5 Beloppsgränser för upphovsrättsliga och efterfrågematchade ersättningar 2006

SÄLLSKAP ELLER ERSÄTTNING	MINIMINIVÅ	MAXIMINIVÅ
<i>Författar och översättarpenning</i>	1 400	<i>avtagande ersättning från 200 000 lån</i>
<i>BUS: Individuell visningsersättning</i>	500	40 000
<i>BUS: Individuell reprografiersättning</i>	250	20 000
STIM	200/500	saknas
SAMI	250	saknas

Källor: Sveriges Författarfond, personlig korrespondens, BUS (2004a), BUS (2004b), STIM (2006), SAMI: personlig korrespondens.

När inkomsterna är så starkt snedfördelade att slutet på fördelningskurvan är nästan horisontellt får nedre beloppsgränser stor betydelse för fördelning och incitament. Med bara små ändringar av beloppsgränsen kan antalet skapare som får ersättning förändras kraftigt. Eftersom professionellt erkännande är mycket betydelsefullt för kreativa skapare kan ökningen i individuell marginalnytta mellan inga pengar (inget erkännande) och lite pengar (erkännande) ha betydelse, även om incitamenten från ersättningen som *inkomst* är obetydliga. Därför är det viktigt att de nedre beloppsgränserna hålls så låga som möjligt. Det är anmärkningsvärt att miniminivån för författar- och översättarpenningen är mer än fem gånger högre än den mer typiska nivån på 250 kr. Institutionella förhållanden kan vara en förklaring. Sveriges Författarfond är en statlig myndighet, men fonden styrs inte av demokratiskt ansvariga politiker eller tjänstemän. Sveriges Författarförbund, författarnas fackliga organisation, utser 16 av de 28 platserna i fondens styrelse. Samtidigt tar Sveriges Författarförbund bara in nya medlemmar efter en speciell invalsprocedur som baseras på författarskapets ”kvalitet”. Givet ett samband mellan kvalitet och efterfrågan överrepresenteras på så sätt författare med högre kvalitet, ”elitförfattare” både i författarfonden och bland de mest utlånade författarna. Det skapar incitament att fördela ersättningen skevt och hindra inträde (jfr Lindbeck och Snower 1989). Genom att sätta den nedre beloppsgränsen högt kan elitförfattarna omfördela pengar från nya, mer okända författare till sig själva<sup>27</sup>.

#### 5.4.2 DÖDSTALET

UPPHOVSRÄTTENS SKYDDSTID ÄR utsträckt till 70 år efter upphovsmannens död. Det betyder att när skaparen till ett verk är död, fortsätter upphovsrätten att gälla som om ingenting hade hänt. Det finns få uppgifter på hur mycket av upphovsrättens samlade ersättningar som går till döda skapare. De data som framkommit kommer från författar- och översättarpenningen samt från talboksersättningen<sup>28</sup>. Av de författare som fick ersättning ur Sveriges Författarfond 2004 är 22 % döda, motsvarande 16 % av de utdelade medlen. För talboksersättningen delas 23 % ut till döda författares arvingar (Sveriges Författarförbund 2004). Om dödstalet är lika stort för hela summan direkta upphovsrättsinkomster betalar konsumenter, företag och skattebetalare årligen ut mer än 228 miljoner kronor utan att skapa några incitament till kreativ produktion. Rimligtvis är andelen avlidna dock lägre för upphovsrättssekonomi i stort: böcker har en längre livslängd än andra medier och det gäller i synnerhet för böcker på bibliotek.



## 6 Upphovsrätten som incitament

### 6.1 Summering

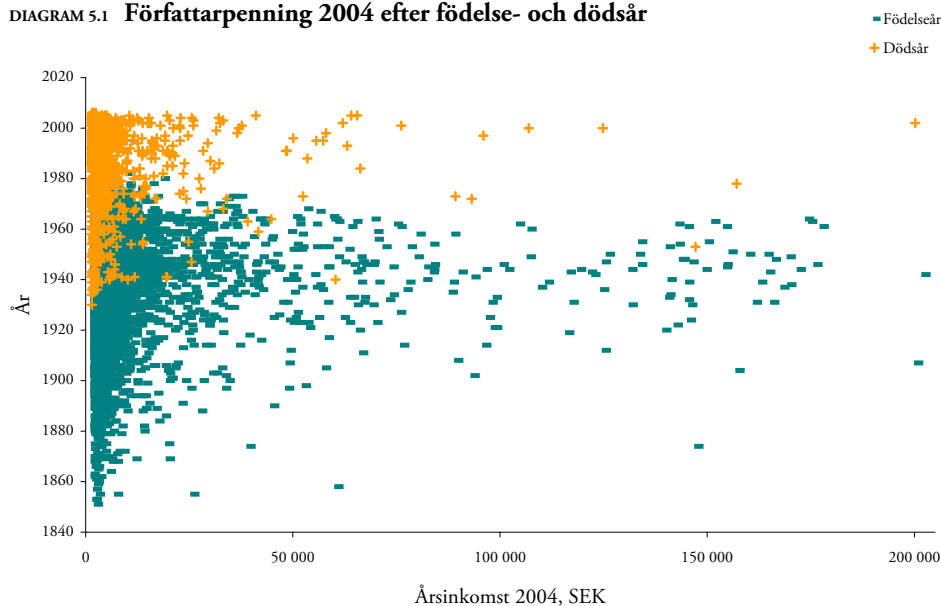
DE DATA SOM framkommit är konsistenta med superstjärne-hypotesen, med teorier om icke-monetära incitament liksom med tidigare inkomststudier. Som ett konservativt räknat minimum kommer minst 56 % av de samlade inkomsterna på kultur- och mediaområdet från källor som är oberoende av upphovsrätt. Direkta upphovsrättsinkomster för enskilda skapare motsvarar bara 1,98 % av de totala kultur- och mediautgifterna i Sverige. Enskilda skapare får i genomsnitt mycket små andelar av sina inkomster från upphovsrätt. Både direkta och indirekta upphovsrättsinkomster fördelas mycket ojämnt, vilket vidare minskar upphovsrättsinkomsterna för typiska kreatörer.

TABELL 6.1 Summering av resultat

INCITAMENT						
ICKE-MONETÄRA <i>Kompenserande differentialer</i>	+	MONETÄRA <i>Inkomster</i>				
<i>Avsevärda kompenserande differentialer och icke-monetära incitament; kreatörerna som grupp ger upp 40 %-iga löneökningar för sitt val att arbeta med skapande. Styrka: stark</i>		<table><tr><th>UPPHOVSRÄTTENS SUBSTITUT</th><th>UPPHOVSRÄTTSINKOMSTER</th></tr><tr><td><i>Minst 56 % av inkomsterna är substitut som minimum; 80 % av kreatörernas inkomster från annan verksamhet. Styrka: stark</i></td><td><i>Direkta upphovsrättsinkomster runt 2 % av de totala; små inkomster från upphovsätt för enskilda. Styrka: svag</i></td></tr></table>	UPPHOVSRÄTTENS SUBSTITUT	UPPHOVSRÄTTSINKOMSTER	<i>Minst 56 % av inkomsterna är substitut som minimum; 80 % av kreatörernas inkomster från annan verksamhet. Styrka: stark</i>	<i>Direkta upphovsrättsinkomster runt 2 % av de totala; små inkomster från upphovsätt för enskilda. Styrka: svag</i>
UPPHOVSRÄTTENS SUBSTITUT	UPPHOVSRÄTTSINKOMSTER					
<i>Minst 56 % av inkomsterna är substitut som minimum; 80 % av kreatörernas inkomster från annan verksamhet. Styrka: stark</i>	<i>Direkta upphovsrättsinkomster runt 2 % av de totala; små inkomster från upphovsätt för enskilda. Styrka: svag</i>					

Typiska kreatörer tjänar några få tusen kronor per år i direkta upphovsrättsinkomster och försörjer sig vanligtvis från helt andra inkomstkällor. Kreatörerna som grupp ger upp 40 procentiga löneökningar för sitt val att arbeta med skapande. De redovisade inkomsterna i förhållande till utbildningsnivån visar att kreativt arbetande, i jämförelse med andra fördelar och nyttor med skapandet, är mindre motiverade av monetär ersättning än vad andra är. Kreativa skapare åtnjuter avsevärda kompenserande differentialer av sina yrkesval, fördelar de vär-

DIAGRAM 5.1 Författarpénning 2004 efter födelse- och dödsår



derar högt. Icke-monetära incitament har alltså stor betydelse relativt andra grupper. I modellens termer summeras resultaten i tabell 6.1. Resultaten är konsekventa med tidigare studier. Det är ett faktum att de allra flesta kreativa skapare redan saknar möjlighet att få nödvändig ersättning från sitt arbete (Towse 2001a). Därmed försörjs de från andra håll: upphovsrätten har liten betydelse. Det vanliga påståendet att upphovsrätten stöder samhällets kreativa bas är empiriskt tveksamt (Kretschmer 2005).

## 6.2 Diskussion

MOT BAKGRUND AV kompenserande differentialer betyder uppgiven inkomst lägre incitament från monetär ersättning. En alternativ förklaring är informationsbrister: att kreatörerna blir 'lurade' och inte inser hur låga inkomster de har att vänta när de börjar på sin utbildning eller väljer sitt yrke. Därpå fortsätter myter att upprätthålla de felaktiga föreställningarna (Abbing 2002 s148). Den tolkningen får stöd i att just kreativa utbildningar är särskilt starkt subventionerade och överdimensionerade: medan utbildningen pågår framstår förhållandena som generösa och eftersom många utbildas kan studenterna göra bedömningen att det måste finnas en marknad för dem senare.

Andra fakta talar emot att informationsbrister skulle vara avgörande. För det första har svåra inkomstförhållanden och utbudsöverskott funnits över lång tid. För det andra är det välkänt att konstnärer, författare och andra skapare har låga inkomster. Den svältande konstnären är en populär myt (som visar sig vara sann). Det råder en avvägning mellan hög kulturell status – det vill säga heltidsarbete som kreativ skapare – och högre inkomster (Abbing 2002). För det

tredje ärvs kreativa yrken socialt över generationerna<sup>29</sup>. Å ena sidan informeras de blivande skaparna av sina egna levnadsförhållanden. Å andra sidan socialiseras de, med adaptiva preferenser, också in i en acceptans för lägre inkomster. Vidare är inkomstskillnaderna tydliga mot bakgrund av den svenska ekonomin som uppvisar en av världens minsta inkomstspredningar. Ytterligare ett indicium på att kreatörerna inte är felinformerade är det låga sambandet mellan ålder och inkomst. Diagram 6.1 visar födelse- och dödsår i förhållande till inkomst från författarpennningen. Sambandet mellan ålder och inkomst är statistiskt signifikant vid 5 % nivån men effekten är mycket liten (Pearsons  $r = 0,035$ ). Inkomsterna borde öka med åldern om starkt inkomstmotiverade författare, som informeras över tiden, träder ut ur marknaden. Ett sådant mönster stämmer inte med data. Två rimligare förklaringar är konsistenta med det låga sambandet. Antingen accepterar författarna låga inkomster för skrivandet eller så träder många in på marknaden sent; kanske mer som en bisyssla.

Hur skall man då bedöma inkomstskillnadernas effekt? I den mån inkomstspredning följer individuell ansträngning skapar den ökade incitament. Utöver det menar en idétradition att ökade inkomstskillnader i sig ger starkare incitament. Nyare forskning har tvärtom visat ett positivt samband mellan jämn inkomstfördelning och produktivitet (Persson och Tabellini 1994). Motsvarande samband föreligger också mellan stor inkomstspredning och sämre resultat och motivation (Torgler et al. 2006). Även om man antar den traditionella teorin, är det rimligt att de positiva incitamenteffekterna har börjat avta vid distributioner som är så skeva som upphovsrättens<sup>30</sup>. Som ett resultat av de mycket skeva inkomstdistributionerna samlas kreatörerna i två grupper med olika villkor: 'superstjärnor' och 'fattiga konstnärer'. Dessa två extremer är intressanta att diskutera närmare.

#### 6.2.1 MONEY FOR NOTHING...

FÖR SUPERSTJÄRNORNAS DEL verkar en effekt av upphovsrätten, om man tillåts låna en fras från rockbandet Dire Straits, som man kan kalla "money for nothing". En kreatör kan framställa ett enda verk, och om verket blir tillräckligt framgångsrikt kan han därefter leva på upphovsrättspengar utan att någonsin behöva arbeta igen (jfr Lessig 2001 s 250). Om framgången för verket beror på kvalitet och fritt informerad efterfrågan, så uppfattar säkert somliga utkomsten som rättvis (Nozick 1986). Men oavsett rättvisan skapar den i praktiken eviga upphovsrätten skeva incitament. Eftersom superstjärnan kan fortsätta att leva på det redan utförda verket försvagas incitamenten till vidare arbete. Om verkets särskilda kvalitet beror på ärftlig begåvning, något som sägs vara vanligt för kreativa stjärnor, är skaparen dessutom inte ansvarig för verket genom en faktor han själv har kunnat påverka. Incitament grundade på faktorer som enskilda inte kan påverka är inte effektiva (Anthony och Govindarajan 2003). Om framgången för verket istället beror på nätverksexternaliteter, social påverkan eller superstjärne-fe-

nomen skapas ekonomiska ineffektiviteter och omfördelningar mellan konsument och producent. "Money for nothing" är inte bara idé. Den amerikanske författaren J D Salinger anses vara en av 1900-talets mest begåvade författare och är en av de mest lästa. En tid efter enorma framgångar med ett fåtal verk drog sig Salinger tillbaka för att aldrig mer publicera en bok (Wikipedia 2006). Han levde resten av sitt liv på upphovsrättsinkomster från gammalt skapande. Nyttan av ytterligare inkomster var aldrig stor nog att motivera honom. Vem vet hur många ovärderliga verk Salinger hade skapat om han, liksom alla andra, hade haft återkommande incitament att förtjäna sitt uppehälle?

#### 6.2.2 ... AND CHICKS FOR FREE

DEN ANDRA SIDAN av myntet är de många skapare som inte kan få monetär ersättning från upphovsrätten. De svaga incitamenten från upphovsrätten finner vi i de små chanserna att faktiskt få ersättning för sitt arbete. Caves (2000) beräknar chansen att en förläggare accepterar en roman till en på 15 000. Endast en tredjedel av alla publicerade boktitlar bär sig ekonomiskt (Canoy et al. 2005). Om dessa siffror stämmer är chansen att bli publicerad och dessutom tjäna royaltysättning så liten som en på 45 000. Samtidigt är utbudet av manuskript så stort att det kan betraktas som "obegränsat" (Hjort-Andersen 2000). Även om författare är riskbenägna framstår en på 15- eller 45 000 som en alldeles för hög riskkalkyl för att obegränsat författande av manus skall vara drivet av finansiella skäl. Att skriva måste i sig innebära avsevärda kompenserande differentialer för att det observerade beteendet skall vara motiverat. Skrivande kommer alltså att ske oavsett ekonomisk upphovsrätt eller ej, på samma sätt som rockmusik kommer att fortsätta att ljuda så länge rockspelningar genererar såväl "chicks for free" som andra nyttor (Smiers 2002 s127). Även verk med höga totala investeringskostnader skapas helt utan ekonomisk ersättning. Några av de dyraste böckerna att producera är uppslagsverk. Samtidigt är världens största uppslagsverk skapat i direkt polemik med upphovsrätten. Wikipedia, med över 3,7 miljoner artiklar på 190 språk, har författats av 36 000 frivilliga och obetalda skribenter världen över. Och de har inte sålt sig billigt därför att de inte klarar att skriva med kvalitet. En studie som jämförde Wikipedia med Encyclopaedia Britannica fann att Wikipedias information var av jämförbar kvalitet (Giles 2005).

#### 6.2.3 YTTERLIGARE INCITAMENTSEFFEKTER

DEN STORA BETYDELSEN av både komplementära inkomster och marknadsföringsvärden för kreativa skapare får effekten att *den ideella upphovsrätten* bildar ett starkt substitut för den ekonomiska upphovsrätten. Det ger en förklaring till varför många kreatörer försvarar upphovsrätten som sådan trots att *den ekonomiska rätten*, som förväntas skapa inkomster, inte genererar substantiella ersättningar. En ytterligare incitamentseffekt av upphovsrätter vars inkomster fördelas

mycket skevt är snedvridning av utbudet mot minsta gemensamma och mest kommersiella nämnare. Superstjärne-effekterna överpremierar de kreatörer som skapar mer populära verk framför de som skapar verk för minoriteter. Eftersom efterfrågan på verk redan beror på adaptiva preferenser och social påverkan uppstår spiraler med förstärkande inträdesbarriärer mot nya uttryck. Folk vill bara ha det som de är vana att serveras: en till Henning Mankell deckare; ännu fler James Bond-filmer; ytterligare avsnitt av Big Brother. Det minskar innovationstakten på de kreativa marknaderna. Samtidigt förbjuder upphovsrätten andra kreatörer, med tillgång till egna unika kreativa inputs, att kombinera dessa med redan existerande verk och därmed öka innovationstakten.

### 6.3 *Upphovsrättens incitament värderade*

ÄVEN OM NÄRA empiriska studier grundade på skaparnas inkomster varit få, delar en växande ekonomisk litteratur uppfattningen att upphovsrättens incitament är så svaga i förhållande till sina kostnader att upphovsrätten klart bör reduceras eller tas bort. Akerlof et al (2002) visar att dagens upphovsrättsliga skyddstider i praktiken är att jämställa med evigt kopieringsförbud. Det är en avvägning som inte tar hänsyn till konsumenters intressen eller upphovsrättens kostnader.

I en simulationsmodell över den amerikanska bokmarknaden argumenterar Maxwell (2004) för att antalet författare projicerat på år 2100 skulle vara färre med friare kopiering jämfört med maximerad upphovsrätt. Maxwells modell tar dock varken hänsyn till några andra intäkter eller incitament än dem från upphovsrätt, inte heller beaktar den inkomstfördelningen bland författare. Simulationen visar ändå att antalet publicerade böcker inte skulle påverkas nämnvärt med friare kopiering; att antalet sålda böcker per kund skulle vara större och bokpriset lägre men den genomsnittliga författarroyaltyn högre och med fler böcker tillgängliga per kund. Utifrån en modell med empiriska tester av patent argumenterar Boldrin och Levine (2005b) för att upphovsrättsskyddet inte är optimalt satt i syfte att maximera samhällsnyttan. De menar att monopoltiderna är satta för att maximera vinsterna hos de intressegrupper som berörs. Deras slutsats är: "In the case of copyright, we think that evidence in favour of increasing elasticity of total monopoly revenue is decisive and that existing copyright terms are vastly too long: all of the different sources of data say the same thing." Det bästa sättet att värna effektiviteten och minimera negativa effekter på konkurrensen vore att minska upphovsrättens börda (Ramello 2002). Kanske vore det bästa att helt släppa kopieringen fri. Quah (2003) menar att äganderätter för digitala varor skiljer sig från äganderätter generellt, vilket gör att de varken garanterar de rätta incitamenten eller social effektivitet. Shavell och Ypersele argumenterar för att intellektuell äganderätt helt bör ersättas med ett system med belöningar baserat på marknadsval (Shavell och van Ypersele 1999). Ett av problemen med upphovsrätten är att samma maximala skyddstid

råder oavsett hur investeringskostnaderna eller produktcyklerna ser ut i olika branscher. För att skapa ett system med de korrekta incitamenten, vore det bättre med finjustering kategori för kategori (Ramello 2002). Slutligen, av stor relevans för den här uppsatsen, visar Alcalá och Gonzalez-Maestre (2006) – med bas i en superstjärne-modell – att friare immaterialrätter reducerar superstjärnornas vinster men förbättrar marknadsföringsmöjligheterna för andra artister. Därigenom ökar variationen av artister. På lång sikt stimulerar svagare immaterialrätter marknaden för oetablerade artister vilket ger fler ”hög-kvalitets”-artister totalt. Resultatet är en större samlad samhällsnytta.

## 7 Slutsatser

KREATÖRER FÅR SMÅ andelar av sina inkomster från indirekta upphovsrättskällor och obetydliga andelar från direkt upphovsrätt, med vissa skillnader mellan olika grupper av skapare. Kreatörernas inkomster fördelas ojämnt och inkomsterna från upphovsrätten fördelas extremt ojämnt. Resultaten är konsekventa med tidigare inkomstforskning. Med starka icke-monetära incitament samt omfattande substitut för upphovsrätten bedöms upphovsrättens incitament som svaga för utbudet i sin helhet. Resultaten pekar mot att klara samhällsekonomiska vinster är möjliga om upphovsrätten reduceras eller tas bort.

### 7.1 FÖRSLAG TILL VIDARE FORSKNING

- ❖ Enkätstudier eller särskilda urval ur skatteverkets data som beskriver kreativa yrkens inkomster och inkomstkällor. Enkätstudier bland konst-, författar- och musikstuderande kan sprida ljus över deras uppfattning om sina framtida inkomstmöjligheter.
- ❖ Bättre statistik över enskilda upphovsrättsinkomster kan sammanställas, tre idéer som den här uppsatsen hade tänkt utforska men inte hann med är: begära tillstånd för att ta del av Skatteverkets kontrolluppgifter från upphovsrättssällskapen, använda Sveriges Radios spelstatistik och utbetalningar som proxy, begära bättre uppgifter från upphovsrättssällskapen genom att avkräva dem transparens inför myndigheter som Kulturdepartementet, Riksrevisionen eller EUs konkurrenskommissionär.
- ❖ En så vitt jag vet helt outforskad angreppsvinkel är att undersöka produktcykler på kreativa marknader i förhållande till upphovsrättsliga inkomster och skyddstider.
- ❖ Värderingar av frivilligarbete med musikskapande, programmering av fri programvara och liknande. Bättre skattningar av hur mycket kreativa verk som skapas av amatörer. Svårt men säkert intressant.
- ❖ Inkomstjämförelser mellan skaparna och övriga arbetande i kreativa branscher – vem gynnas egentligen av dagens ordning?
- ❖ Vidare studier som tar hänsyn till produktivitet hos skaparna samt kvalitet hos olika verk. Hänsyn till in- och utträde på kreativa faktormarknader kan också ge en bättre bild av skaparnas incitament.

- ❖ Kvalitativa studier av hur det går till när marknadsföringsvärden hos kreativa skapare omvandlas till andra inkomster eller nyttor, till exempel genom nya jobb, konsultuppdrag, stipendier, priser och bidrag.



## NOTER

- <sup>1</sup> WIPO: World Intellectual Property Organization – Världsorganisationen för intellektuella äganderätter, ett specialiserat FN-organ.
- <sup>2</sup> EU: Europeiska Unionen.
- <sup>3</sup> Ett skäl till det är att den svenska rätten på flera områden hamnar närmare den franska/kontinentala traditionen som är striktare och grundad i naturrätt visavi den anglosaxiska, mer utilitaristiska och pragmatiska traditionen (Olsson 2006).
- <sup>4</sup> Se diskussion i Lundberg (2003).
- <sup>5</sup> Undantaget är reklamfinansierade produkter där efterfrågan ökar med högre pris, eller där det finns skäl att diskriminera mellan kunder för att öka reklamens effektivitet.
- <sup>6</sup> Med den typ av dokument som Metro använder digitalt, PDF, är det möjligt att förhindra användaren från att kopiera material ur ett dokument eller skriva ut dokumentet, Metros digitala version har inte aktiverat dessa hinder.
- <sup>7</sup> Till exempel därför att upphovsrätten skapar en exkluderande äganderätt.
- <sup>8</sup> Vd, ekonomichef eller motsvarande.
- <sup>9</sup> Skatteverket lagrar all inkomstdata över hur mycket som avräknas till de enskilda medlemmarna av upphovsrättssällskapen, men för att få ta del av den krävs särskilt beviljat tillstånd, något som låg utanför uppsatsens tidsram.
- <sup>10</sup> De som är organiserade i SKAP, Föreningen Svenska Kompositörer Av Populärmusik.
- <sup>11</sup> KLYS: Konstnärliga och Litterära Yrkesutövares Samarbetsnämnd.
- <sup>12</sup> Danmark, Finland, Frankrike, Italien, Irland, Nederländerna, Polen, Portugal, Sverige, Storbritannien och Österrike.
- <sup>13</sup> Stipendier som kan finnas med i offentliga budgetar har räknats bort.
- <sup>14</sup> För en diskussion av produktplacering i svensk spelfilmsproduktion se Hultvall och Tellander (2002).
- <sup>15</sup> Personlig intervju med artist under festivalen Pop Dakar 2005.
- <sup>16</sup> Utan upphovsrätt skulle medlen ge samma samhällsekonomiska effekt som en subvention eftersom de också är skattefinansierade.
- <sup>17</sup> Som citerad i Kretschmer (2003).
- <sup>18</sup> Kategorierna *film, video and commercial film, broadcasting* och *recording*.
- <sup>19</sup> Fenomenet kallas *vanity publishing*, ung. publicering för fåfänga.
- <sup>20</sup> Inkluderar 4,8 % med uppdrag från Svenska Kyrkan – Svenska Kyrkan var 1996 ännu en statskyrka, finansierad med kyrkoskatt och får betraktas som offentlig verksamhet.
- <sup>21</sup> Som citerad i Regner (2002).
- <sup>22</sup> Som citerat i OECD (2005).
- <sup>23</sup> Till det skall möjligtvis fogas mellan 5,1 och 9 % som i 3 fall anges för *composer and publisher*.
- <sup>24</sup> SE = Sverige, UK = Storbritannien, D = Tyskland, J = Japan.
- <sup>25</sup> Standardavvikelsen dividerat med medeltalet i procent.
- <sup>26</sup> För den populationsgrundade datamängden, författar och översättarpennningen, uppnås bästa passning för regressionen (högst  $R^2$ ) med en potensfunktion. För datat från de redan kategoriserade uppgifterna är sambanden närmast logaritmiska.
- <sup>27</sup> Baserat på STIMS totala avräknade summa per medlem och PRS förhållande mellan median och medel.
- <sup>28</sup> En intressant fråga är om de går att hitta ett samband mellan hur ledamöter med "elitförfattarbakgrund" i Sveriges Författarförbund har röstat vid fondens styrelsemöten.
- <sup>29</sup> Talbokserättningen är ett statsanslag som fördelas till författare om deras böcker spelas in på band.
- <sup>30</sup> Det gäller till exempel i hög grad för min egen släkt, där ovanligt många har verkat i konstnärs- eller formgivaryrken.
- <sup>31</sup> Marginalnyttan av mer pengar avtar snabbare än marginalnyttan av privat tillfredsställelse eller erkännande (Abbing 2002 s321, not 13).

# Referenser

- Abbing, Hans. 2002. *Why Are Artists Poor? The Exceptional Economy of the Arts*. Amsterdam: Amsterdam University Press.
- Abbing, Hans. 2003. Support for artists. I *Handbook of Cultural Economics*, redaktör R. Towse. Cheltenham, UK / Northampton, MA, USA: Edward Elgar.
- Abramowitz, Michael. 2004. Copyright Reduncancy. Paper läst vid Faculty Workshop on February 20, 2004, i University of Texas School of Law.
- Adler, Moshe. 1985. Stardom and Talent. *American Economic Review* 75:208-212.
- Adler, Moshe. 2005. Stardom and Talent. In *Handbook of Economics of Art and Culture*, redaktör V. Ginsburgh och D. Throsby. Amsterdam: NorthHolland, forthcoming.
- Agrell, Alexander. 2006. Folk å Rock lägger ner butiken i Lund. *Sydsvenska Dagbladet*, 2006-05-26.
- Akerlof, George A. 1970. The Market for "Lemons": Quality Uncertainty and the Market Mechanism. *The Quarterly Journal of Economics* 84 (3):488-500.
- Akerlof, George A., Kenneth J. Arrow, Timothy F. Bresnahan, James M Buchanan, Ronald H Coase, Linda R Cohen, Milton Friedman, Jerry R Green, Robert W Hahn, Thomas W Hazlet T, C. Scott Hemphill, Robert E. Litan., Roger G. Noll, Richard Schmalensee, Steven Shavell, Hal R. Varian och Richard J. Zeckhauser. 2002. On Writ of Certiorari to the United States Court of Appeals for the District of Columbia Circuit. I *Eric Eldred et al., mot John D. Ashcroft*, red R. T. Englert.
- Alcalá, Francisco och Miguel Gonzalez-Maestre. 2006. Artistic Markets and Intellectual Property Rights: Universidad de Murcia.
- Allen Consulting Group. 2003. Economic perspectives on copyright law. Strawberry Hills: Centre for Copyright Studies Ltd.
- Andersson, Tobias och Petter Enander. 2001. Kan nättidningarna nå lönsamhet genom läsaravgifter? Kandidatuppsats, Företagsekonomiska Institutionen, Uppsala Universitet, Uppsala.
- Anthony, Robert N och Vijay Govindarajan. 2003. *Management Control Systems*. New York: McGraw-Hill.
- Argyrous, George. 2002. *Statistics for Social & Health Research*. London: SAGE Publications Ltd.
- Baker, Matthew och Brendan Cunningham. 2004. Court Decisions and Equity Markets – Estimating the Value of Copyright Protection: United States Naval Academy: Department of Economics.
- Bangeman, Eric. 2006. *ABC to offer full versions of shows online*. Ars Technica. [citerad 2006-04-19]. <http://arstechnica.com/news.ars/post/20060410-6562.html>.
- Banisar, David, Gus Hosein, Simon Davies, Heather Ford, Karen Banks och Wendy Grossman. 2003. Silenced – an international report on censorship and control of the internet: Privacy International.
- Berggren, Katarina och Hans Tydén. 2001. Arbete för nöjes skull – var finns de nya jobben inom upplevelsenäringen? In *URA*, red AMS Utredningsenhet. Stockholm: Arbetsmarknadsstyrelsen.
- Bohman, Jenny och Olle Belfrage. 2005. Finansiering av svensk filmproduktion: En studie om kommersialitet och konstnärligt skapande. Kandidatuppsats, Institutionen för ekonomi och företagande, Södertörns Högskola, Huddinge.
- Boldrin, Michele och David Levine. 1999. Perfectly Competitive Innovation: University of Minnesota & UCLA.
- Boldrin, Michele och David Levine. 2002. The Case Against Intellectual Property. *The American Economic Review (Papers and Proceedings)* 92:209-212.
- Boldrin, Michele och David Levine. 2004. IER Lawrence Klein Lecture: The Case Against Intellectual Monopoly. *The International Economic Review* 54:327-350.
- Boldrin, Michele och David Levine. 2005a. The Economics of Ideas and Intellectual Property. *Proceedings of the National Academy of Sciences* 102:1252-1256.
- Boldrin, Michele och David Levine. 2005b. IP and Market Size: Federal Reserve Bank of Minneapolis & UCLA.
- Bonus Presskopia. 2003. Årsredovisning 2003. Stockholm: Bonus Presskopia ek. för.
- Bourdieu, Pierre. 1986. Forms of capital. I *Handbook of Theory and Research for the Sociology of Education*, redaktör J. G. Richardson. New York: Greenwood.
- Boyle, James. 1996. *Shamans, Software, and Spleens: Law and the Social Construction of the*

- Information Economy*. Cambridge, MA: Harvard University Press.
- BUS. 2004a. Mottagare av Individuell Visningsersättning 2004. Stockholm: Bildkonst Upphovsrätt i Sverige.
- BUS. 2004b. Slutrapport från IRU 2004. Stockholm: Bildkonst Upphovsrätt i Sverige.
- BUS. 2006. Underlag för årsstämma 2006. Stockholm: Bildkonst Upphovsrätt i Sverige.
- Bärwolff, Matthias. 2001. Linux and Windows – A Case of Market Failure? Masters Dissertation, School of Finance and Law, Bournemouth University, Bournemouth.
- Canoy, Marcel, Jan C. van Ours och Frederick van der Ploeg. 2005. The Economics of Books: CESifo Working Paper Series.
- Caves, R. 2000. *Creative Industries, Contracts Between Art and Commerce*. Cambridge: Harvard University Press.
- comScore. 2006. *comScore Study Reveals Gamers Are an Attractive Online Advertising Segment*. comScore. [citerad 2006-05-17]. <http://www.comscore.com/press/release.asp?press=861>.
- Connolly, Marie och Alan B. Krueger. 2005. Rockonomics: The Economics of Popular Music: National Bureau of Economic Research.
- Copyswede. 2004. *COPYSWEDES yttrande över Radio- och TV-lagsutredningens delbetänkande "Must Carry"* SOU 2003:109. Copyswede. [citerad 2006-05-02]. <http://www.copyswede.se/default.asp?ML=2409>.
- Corrigan, Ray och Mark Rogers. 2005. The Economics of Copyright. *World Economics Journal* 6 (3).
- Cowen, Tyler. 1988. Are All Tastes Constant and Identical – A Critique of Stigler and Becker. *Journal of Economic Behavior and Organization* 11 (1989):127-135.
- De Vany, Arthur S och W David Walls. 1997. The Market for Motion Pictures: Rank, Revenue, and Survival. *Economic Inquiry* 35 (4):783-797.
- Drougge, Unni. 2004. *Unni Drougge*. Författarcentrum Öst. [citerad 2006-01-13]. [http://www.forfattarcentrum.se/view\\_author.asp?sID=711&pType=5&mID=1&aID=92](http://www.forfattarcentrum.se/view_author.asp?sID=711&pType=5&mID=1&aID=92).
- ERICarts. 2001. Creative Artists, Market Developments and State Policies. Paper läst vid Conditions for Creative Artists in Europe, 2001-04-30 -- 2001-05-01, i Visby.
- Fehr, Ernst och Armin Falk. 2002. Psychological Foundations of Incentives: Institute for Empirical Research in Economics.
- Filer, Randall K. 1995. Book Review: Singers in the Marketplace: The Economics of the Singing Profession. *Journal of Economic Literature* 33 (1):253-255.
- Fox, Barry. 2006. Invention: The TV-advert enforcer. *New Scientist*, 18 April 2006.
- Frimansson, Inger. 2004. *Inger Frimansson*. Författarcentrum Öst. [citerad 2006-01-13]. [http://www.forfattarcentrum.se/view\\_author.asp?sID=711&pType=5&mID=1&aID=112](http://www.forfattarcentrum.se/view_author.asp?sID=711&pType=5&mID=1&aID=112).
- Fritzell, Johan och Olle Lundberg. 1998. En konst att leva – Om bildkonstnärernas ekonomi och levnadsvillkor. Stockholm: Institutet för social forskning.
- Föreningen Kultur och Näringsliv. 1999. Kultursponsing i Sverige 1999. Stockholm: Kultur och Näringsliv.
- Gandal, Neil. 1995. Competing Compatibility Standards and Network Externalities in the PC Software Market. *Review of Economics & Statistics* 77 (4):599-608.
- George, Lisa och Joel Waldfogel. 2003. Who Affects Whom In Daily Newspaper Markets? *Journal of Political Economy* 111 (4):765-784.
- Giles, Jim. 2005. Internet encyclopaedias go head to head. *Nature* 438:900-901.
- Giovanola, Benedetta. 2005. Personhood and Human Richness: Good and Well-Being in the Capability Approach and Beyond. *Review of Social Economy* 63 (2):249-267.
- Gordon, Wendy J och Richard Watt, red. 2003. *The Economics of Copyright*. Cheltenham: Edward Elgar.
- Grundemark, Moa och Tommy Thelerö. 2005. Den nya musikens ekonomiska förutsättningar: Hur överlever mindre musikverksamheter? Kandidatuppsats, Institutionen för ekonomi och företagande, Södertörns Högskola, Huddinge.
- Hakfoort, Jacco. 2002. Copyright in the digital age: the economic rationale re-examined. I *Copyright in the cultural industries*, redaktör R. Towse. Cheltenham: Edward Elgar.
- Hardin, Garrett. 1968. *The tragedy of the commons*. Science 162:1243-1248.
- Hedlund, Anna. 2006. CD-skivan sjunger på sista versen. *Dagens Nyheter*, 2006-05-31.
- Hemmungs Wirtén, Eva. 2004. *No Trespassing: Authorship, Intellectual Property Rights, and the*

- Boundaries of Globalization*. Toronto: The University of Toronto Press.
- Hjorth-Andersen, Christian. 2000. A Model of the Danish Book Market. *Journal of Cultural Economics* 24 (1):27-43.
- Hui, Kai-Lung och I. P. L. Png. 2002. On the Supply of Creative Works: Evidence from the Movies. *American Economic Review* 92 (2):217-220.
- Hultgren, S. 1968. Konstnär i Sverige. *Konstnären*.
- Hultvall, Johannes och Emelie Tellander. 2002. Att bli sedd men inte synas: en studie av produktplacering i svensk spelfilmsproduktion. Magisteruppsats, Företagsekonomiska Institutionen, Uppsala Universitet, Uppsala.
- IRM. 2006. *Totala reklaminvesteringar i Sverige 2004 och 2003*. Institutet för Reklam- och Mediestatistik. [citerad 2006-03-01]. [http://www.irm-media.se/irm/\(1o3gft452ksvsl4500rhw2fo\)/tabelle\\_reklamstatistik.aspx](http://www.irm-media.se/irm/(1o3gft452ksvsl4500rhw2fo)/tabelle_reklamstatistik.aspx).
- Katz, Michael L och Carl Shapiro. 1985. Network Externalities, Competition, and Compatibility. *American Economic Review* 75 (3):424-440.
- Klein, Benjamin, Andres Lerner och Kevin Murphy. 2002. The Economics of Copyright 'Fair Use' in a Networked World. *American Economics Association: Papers and Proceedings* 92:205-208.
- KLYS. 2000. KLYS yttrande över departementspromemorian Ds 1999:58 'Kontrakt för arbete'. Stockholm: Konstnärliga och Litterära Yrkesutövares Samarbetsnämnd.
- KLYS. 2005. *KLYS Stipendiekatalog*. Stockholm: Konstnärliga och Litterära Yrkesutövares Samarbetsnämnd.
- Krasilovsky, M. och S. Shemel. 2000. *This Business of Music*. New York: Billboard Books.
- Kretschmer, Martin. 2003. Digital Copyright: The End of An Era. *European Intellectual Property Review* 25 (8):333-341.
- Kretschmer, Martin. 2005. Artists' earnings and copyright: A review of British and German music industry data in the context of digital technologies. *First Monday* 10 (1 (January 2005)).
- Kulturdepartementet. 2001. *Radio och TV i allmänhetens tjänst 2002-2005*. Kulturdepartementet. [citerad 2006-05-20]. <http://www.regeringen.se/content/1/c4/35/08/e8feb58c.pdf>.
- Kulturrådet. 2003. Kulturens pengar 2002. In *Sveriges offentliga statistik*. Örebro: SCB Tryck.
- Kunushevshi, Bekim. 2005. Är utbildning lönsam ur ett ekonomiskt perspektiv? Magisteruppsats, Nationalekonomiska Institutionen, Stockholms Universitet, Stockholm.
- Künstlersozialkasse. 2000. Bericht der Bundesregierung über die soziale Lage der Künstlerinnen und Künstler in Deutschland. Berlin: Bundesministerium für Arbeit und Sozialordnung.
- Landes, William M och Richard Posner. 1989. An Economic Analysis of Copyright Law. *The Journal of Legal Studies* 18 (2):325-363.
- Larsmo, Ola. 2005. Vad ska vi då ha litteraturen till? Va? *Dagens Nyheter*, 2005-03-04.
- Lawrence, Paul R och Jay W Lorsch. 1967. *Organization and Environment: Managing Differentiation and Integration*. Boston: Graduate School of Business Administration, Harvard University.
- Lessig, Lawrence. 2001. *The Future of Ideas: The Fate of the Commons in a Connected World*. New York: Random House.
- Lindbeck, Assar och Dennis Snower. 1989. *The Insider-Outsider Theory of Employment and Unemployment*. Cambridge: MIT Press.
- Litman, Jessica. 2001. *Digital Copyright*. Amherst: Prometheus Books.
- Lundberg, Frida. 2003. Upphovsrättens ideella rätt och yttrandefriheten – en konstnärskonflikt. Kandidatuppsats, Juridiska Institutionen, Stockholms Universitet, Stockholm.
- Mankiw, N Gregory. 2001. *Principles of Economics*. Orlando: Harcourt College.
- Matsumoto, Shinji. 2002. Performers in the digital era: empirical evidence from Japan. I *Copyright in the cultural industries*, redaktör R. Towse. Cheltenham: Edward Elgar.
- Maxwell, Terrence A. 2004. Is copyright necessary? *First Monday* 9 (number 9 (September 2004)).
- Mayo, Elton. 1945. *The Social Problems of an Industrial Civilization*. Boston: Graduate School of Business Administration, Harvard University.
- McGregor. 1960. *The Human Side of Enterprise*. New York: McGraw-Hill.
- Menger, Pierre-Michel. 1999. Artistic labor markets and careers. *Annual Review of Sociology* 25:541-574.
- Mol, Joeri M., Nachoem M. Wijnberg och Charles Carroll. 2005. Value Chain Envy: Explaining New Entry and Vertical Integration in Popular Music. *Journal of Management Studies* 42 (2):251-276.

- Newton, Philip Steven och Declan Patrick Kelly. 2006. Apparatus and method for preventing switching from a channel during an advertisement display, red U. P. a. T. Office. USA: Koninklijke Philips Electronics N.V.
- Nozick, Robert. 1986. *Anarki, Stat och Utopi*. Stockholm: Ratio.
- Nussbaum, Martha. 2000. *Kvinnors liv och social rättvisa – ett försvar för universella värden*. Göteborg: Daidalos.
- OECD. 2005. Digital Broadband Content: Music, red S. Wunsch-Vincent och G. Vickery. Paris: OECD.
- Olsson, Henry. 2006. *Copyright - svensk och internationell upphovsrätt*. Stockholm: Norstedts Juridik.
- Perelman, Michael. 2002. *Steal This Idea: Intellectual Property and the Corporate Confiscation of Creativity*. New York: Palgrave Macmillan.
- Persson, Torsten och Guido Tabellini. 1994. Is Inequality Harmful for Growth? *American Economic Review* 84 (3):600-621.
- Plant, A. 1934. The economic aspects of copyright in books. *Economica* 1:167-195.
- Picard, Robert G, Timo E Toivonen och Mikko Grönlund. 2003. The Contribution of Copyright and Related Rights to the European Economy – Based on Data from the Year 2000: Final Report. Bryssel: European Commission Directorate General – Internal Market.
- Prop. 1997/98:87. *Konstnärernas villkor*. Stockholm: Regeringen.
- Quah, Danny. 2003. Digital Goods and the New Economy: Centre for Economic Policy Research.
- Ramello, Giovanni. 2002. Copyright and Antitrust Issues. In *LIUC Papers in Economics*: Cattaneo University (LIUC).
- Ramello, Giovanni. 2005. Private appropriability and sharing of knowledge: convergence or contradiction? The opposite tragedy of the creative commons. In *Developments in the Economics of Copyright*, redaktör L. Takeyama, W. J. Gordon och R. Towse. Cheltenham: Edward Elgar.
- Regner, Tobias. 2002. Innovation of Music. I *The Economics of Copyright: Developments in Research and Analysis*, redaktör R. Watt. Cheltenham: Edward Elgar.
- Rengers, Merijn och Erik Plug. 2001. Private or Public? *Journal of Cultural Economics* 25 (1):1-20.
- Richards, Donald G. . 2002. The Ideology of Intellectual Property Rights in the International Economy. *Review of Social Economy* LX (4):522-541.
- Rochelandet, Fabrice. 2003. Are copyright collecting societies efficient organisations? An evaluation of collective administration of copyright in Europe. I *The Economics of Copyright*, redaktör W. J. Gordon och R. Watt. Cheltenham: Edward Elgar.
- Rosen, S. 1981. The Economics of Superstars. *American Economic Review* 71 (845-858).
- Rothschild, Michael. 1973. Models of Market Organization with Imperfect Information: A Survey. *Journal of Political Economy* 81 (6):1283-1308.
- Rushton, Michael. 2002. Copyright and freedom of expression: an economic analysis. I *Copyright in the cultural industries*, redaktör R. Towse. Cheltenham: Edward Elgar.
- Salganik, Matthew J., Peter Sheridan Dodds och Duncan J. Watts. 2006. Experimental Study of Inequality and Unpredictability in an Artificial Cultural Market. *Science* 113 (5762):854-856.
- SAMI. 2004. Sami Årsredovisning 2004. Stockholm: Svenska Artisters och Musikers Intresseorganisation.
- Scott, Richard W. 2003. *Organizations: Rational, Natural and Open Systems*. Upper Saddle River, New Jersey: Prentice Hall.
- Sen, Amartya. 2002. *Utveckling som frihet*. Göteborg: Daidalos.
- Shavell, Steven och Tanguy van Ypersele. 1999. Rewards versus Intellectual Property Rights: National Bureau of Economic Research.
- Singer, Alan E., Jerry Calton och Ming Singer. 2001. Profit Without Copyright. *Small Business Economics* 16:149-156.
- Siwek, Stephen E. 2004. Copyright Industries in the US Economy. Washington: International Intellectual Property Alliance.
- Smiers, Joost. 2002. The abolition of copyrights: better for artists, Third World countries and the public domain. In *Copyright in the cultural industries*, redaktör R. Towse. Cheltenham: Edward Elgar.
- Solomon, M. R. och B. G. Englis. 1994. The Big Picture: Product complementary and integrated communications. *Journal of Advertising Research* 34 (1):57-64.
- SOU. 1983:65. *Upphovsrättsutredningen*. Stockholm: Statens Offentliga Utredningar.
- SOU. 1995:18. *Konst i offentlig miljö. Betänkande av utredningen om konst i offentlig miljö*. Stockholm: Fritzes.

- SOU. 1997:183. *Arbete åt konstnärer*. Stockholm: Fritzes.
- SOU. 1997:184. *Generella konstnärsstöd*. Stockholm: Fritzes.
- SOU. 1997:190. *Konstnärernas verksamhetsinriktning och ekonomiska förhållanden*. Stockholm: Fritzes.
- SOU. 2003:21. *Konstnärerna och trygghetssystemen*. Stockholm: Fritzes.
- Stigler, George J och Gary S Becker. 1977. De Gustibus Non Est Disputandum. *American Economic Review* 67 (2):76-90.
- Stiglitz, Joseph.E. och A. Dixit. 1977. Monopolistic Competition and optimal product diversity. *American Economic Review* 67:297-308.
- STIM. 2004. STIM Årsredovisning 2004. Stockholm: Svenska Tonsättares Internationella Musikbyrå.
- STIM. 2006. *Beloppsgräns vid utbetalningar*. Svenska Tonsättares Internationella Musikbyrå. [citerad 2006-05-19]. <http://www.stim.se/>.
- Sveriges Författarförbund. 2004. Verksamhetsberättelse. Stockholm: Sveriges Författarförbund.
- Sveriges Författarförbund. 2006. Sveriges Författarförbund. [citerad 2006-04-25]. <http://www.forfattarforbundet.se/>.
- Takeyama, Lisa. 1994. The Welfare Implications of Unauthorized Reproduction of Intellectual Property in the Presence of Demand Network Externalities. *Journal of Industrial Economics* 42 (1994):155-166.
- Takeyama, Lisa. 2003. Piracy, assymetric information and product quality. In *The Economics of Copyright*, redaktör W. J. Gordon och R. Watt. Cheltenham: Edward Elgar.
- Takeyama, Lisa, Wendy J Gordon och Ruth Towse, red. 2005. *Developments in the Economics of Copyright*. Cheltenham: Edward Elgar.
- Tebbel, J. 1976. The Book Business in the US. *The Modern World: Reactions* 3.
- Tepper, Steven Jay. 2002. Creative Assets and the Changing Economy. *Journal of Arts, Management and Law* 2002 (Fall).
- Teschl, Miriam och Flavio Comim. 2005. Adaptive Preferences and Capabilities: Some Preliminary Conceptual Explorations. *Review of Social Economy* 63 (2):229-247.
- The Society of Authors. 2006. *Vanity Publishing*. The Society of Authors. [citerad 2006-05-11]. [http://www.societyofauthors.net/soa/page\\_id.php4?pid=105&sid=16&curlsection=Publications](http://www.societyofauthors.net/soa/page_id.php4?pid=105&sid=16&curlsection=Publications).
- Throsby, David. 2000. Cultural Capital. *Journal of Cultural Economics* 23 (1-2):3-12.
- Torgler, Benno, Sacha L Schmidt och Bruno Frey. 2006. Relative Income Position and Performance: An Empirical Panel Analysis: Yale Center for International and Area Studies.
- Towse, Ruth. 2000a. Copyright and the Cultural Industries – Incentives and Earnings. Paper läst vid Korea Infomedia Lawyers Association, 30th October 2000, i Seoul.
- Towse, Ruth. 2000b. Cultural Economics, copyright and the cultural industries. Paper läst vid The Long Run, February, 2000, i Erasmus University, Rotterdam.
- Towse, Ruth. 2001a. Copyright policy, cultural policy and support for artists. In *The Economics of Copyright*, redaktör W. J. Gordon och R. Watt. Cheltenham: Edward Elgar.
- Towse, Ruth. 2001b. Partly for the Money: Rewards and Incentives to Artists. *Kyklos* 54:473-490.
- Towse, Ruth. 2003. Assessing the economic effects of copyright and its reform: Erasmus University.
- Towse, Ruth. 2004. Copyright and Economics. I *Music and Copyright*, redaktör S. Frith och L. Marshall. Edinburgh: Edinburgh University Press.
- trAce. 2000. *First Findings of The trAce Survey into Writers and the Internet*. The Nottingham Trent University. [citerad 2006-05-11]. <http://trace.ntu.ac.uk/survey.htm>.
- Tschmuck, Peter. 2002. Creativity without a copyright: music production in Vienna in the late eighteenth century. I *Copyright in the cultural industries*, redaktör R. Towse. Cheltenham: Edward Elgar.
- U.K. Monopolies and Mergers Commission. 1996. Performing Rights. London: HMSO Cm 3147.
- Vaidhyathan, Siva 2001. *Copyrights and Copywrongs: The Rise of Intellectual Property and How It Threatens Creativity*. New York: New York University Press.
- Waldfoegel, Joel. 2003. Preference Externalities: An Empirical Study of Who Benefits Whom in Differentiated-Product Markets. *RAND Journal of Economics* 34 (3):557-568.
- Wennersten, Lina. 2006. Jag tjänar som ett sjukbiträde. *Stockholm City*, 2006-02-24, 2.
- Westerberg, Staffan, Magnus Jildestad och Christian Holmén. 2005. Författarnas tiggarebrev. *Expressen*, 2005-10-16.
- Westerlund, Anna. 2002. Beslutsprocessen kring offentlig konst: en undersökning av Borås kommun. Magisteruppsats, Institutionen Biblioteks- och informationsvetenskap, Högskolan i Borås, Borås.

- Wikipedia. 2006. *J. D. Salinger*. Wikipedia. [citerad 2006-06-07]. [http://en.wikipedia.org/wiki/J.\\_D.\\_Salinger](http://en.wikipedia.org/wiki/J._D._Salinger).
- Williams, C.C. och J Windebank. 2001. Beyond Profit-motivated Exchange: Some Lessons from the Study of Paid Informal Work. *European Urban and Regional Studies* 8 (1):49-88.
- WIPO. 2003. Guide on surveying the economic contribution of the copyright-based industries. Geneve: WIPO.
- Yuan, Michael Y. 2005. Does decrease in copying cost support copyright term extension? *Information Economics and Policy* 17 (4):471-494.
- Zhang, Michael X. 2005. Stardom, Peer-to-peer and the Socially Optimal Distribution of Music: Sloan School of Management, MIT.
- Åkerberg, Nina. 2004. Poesi och profit rimmar illa. *Dagens Industri*, 2004-12-03.
- Åkeson, Cecilia och Carolina Steinmetz. 2006. Kontinuerligt intraprenörskap: En studie av datorspelsbranschen. Kandidatuppsats, Institutionen för ekonomi och företagande, Södertörns Högskola, Huddinge.

# Appendix

DIAGRAM A1 • Individuell visningsersättning för konstnärer 2004

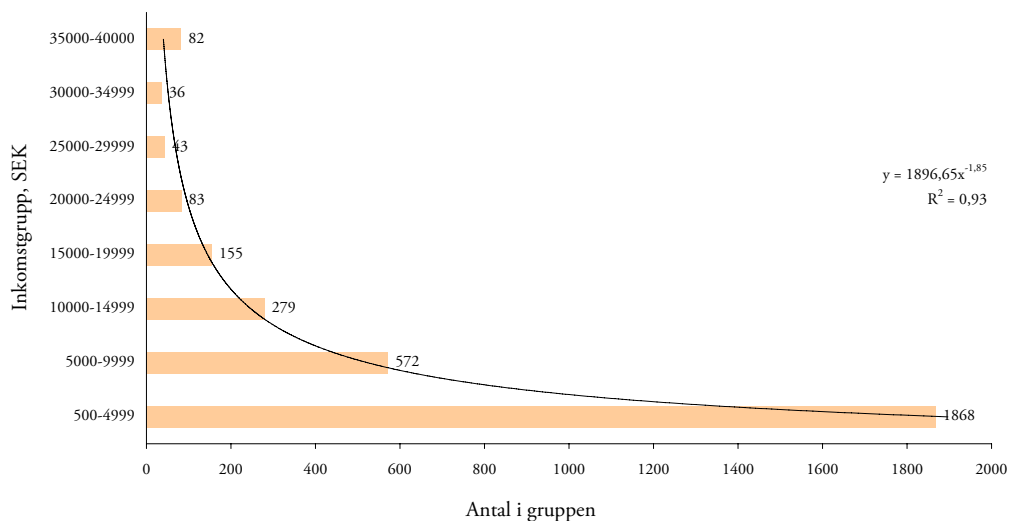


DIAGRAM A2 • Individuell reproersättning för konstnärer 2004

