

ULF PETTERSSON • 2006 • KANDIDATUPPSATS
FÖRETAGSEKONOMISKA INSTITUTIONEN • UPPSALA UNIVERSITET

Upphovsrätten som incitament

EN INKOMSTANALYS ÖVER KREATIVA YRKEN

Ulf Pettersson

HANDLEDARE ROGER JOHANSSON

SAMMANDRAG

Med utgångspunkt i aggregerade och individuella inkomstdata diskuteras vilken roll upphovsrätten spelar som incitament för det kreativa utbudet i stort. Resultaten visar att kreatörer får små andelar av sina inkomster från upphovsrätt och obetydliga andelar från direkt från upphovsrätt, med vissa skillnader mellan olika grupper av skapare. Kreatörernas inkomster fördelas ojämnt och de små inkomsterna från upphovsrätten fördelas extremt ojämnt. Mot bakgrund av redan existerande utbudsöverskott samt omfattande substitut för upphovsrätten bedöms upphovsrättens incitament som svaga för utbudet i sin helhet.

INNEHÅLL

1	DEN OVÄRDERADE UPPHOVSRÄTTEN 4
	1.1 <i>Problem</i> 5
	1.2 <i>Syften</i> 5
	1.3 <i>Avgränsningar</i> 5
2	SKAPANDETS EKONOMISKA TEORI 7
	2.1 <i>Kreativa marknader</i> 7
	2.2 <i>Upphovsrätt</i> 9
	2.3 <i>Incitament</i> 11
3	METOD 13
	3.1 <i>Operationalisering</i> 13
	3.2 <i>Datainsamling</i> 14
	3.3 <i>Metoddiskussion</i> 15
4	INKOMSTER PÅ KREATIVA MARKNADER 16
	4.1 <i>Offentliga subventioner</i> 16
	4.2 <i>Indirekta offentliga subventioner</i> 16
	4.3 <i>Privata subventioner</i> 17
	4.4 <i>Indirekta privata subventioner</i> 17
	4.5 <i>Samlade utgifter och upphovsrättens maximala andel</i> 18
	4.6 <i>Insamlingsällskap</i> 19
	4.7 <i>Jämvikt på kreativa marknader</i> 21
5	ENSKILDA INKOMSTER OCH INCITAMENT 23
	5.1 <i>Tidigare forskning</i> 23
	5.2 <i>Inkomster</i> 23
	5.3 <i>Inkomstkällor</i> 25
	5.4 <i>Inkomstfördelning</i> 27
6	UPPHOVSÄTTEN SOM INCITAMENT 32
	6.1 <i>Diskussion</i> 32
	6.2 <i>Empiriskt skattat upphovsrättsskydd</i> 34
	6.3 <i>Upphovsrätten värderad</i> 35
7	SLUTSATSER 37
	REFERENSER 38
	APPENDIX 44

1 DEN OVÄRDERADE UPPHOVSRÄTTEN

Nästan alla kreativa verk vi läser, ser eller hör, är skyddade av upphovsrätt. För oss som konsumenter betyder det främst att när vi tar del av dem är vi också förbjudna att mångfaldiga dem – annat än om de är mycket gamla eller i undantagsfall, det vill säga. I den offentliga debatten är det vanligt med tvärsäkra omdömen om denna rätts betydelse. Ändå är upphovsrättsinstrumentets nytta långt ifrån klarlagd. Förutsättningarna för skapande 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), mediestudier (Vaidhyanathan 2001) och statsvetenskap (Smiers 2002), som i rättsvetenskap (Boyle 1996). 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 just upphovsrätten har på kort tid tillkommit en mycket omfattande teoretisk litteratur (för bra översikter se Allen Consulting Group 2003; Bärwolff 2001; Towse 2000b).

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 begår minst tre fel: för det första räknar de med alldeles för många områden till upphovsrätten (se t ex Picard et al. 2003). WIPOs¹ egna riktlinjer för upphovsrättsmätning är ett exempel på detta: inte bara pappersmasseproduktion, detaljhandelsförsäljning av hushållsmaskiner, utan t.o.m. sko- och möbeltillverkning räknas in som mått av *upphovsrättens* bidrag till ekonomin (WIPO 2003). Specifikationernas gummidefinitioner är så breda att alla som vill överdriva upphovsrättens bidrag kan göra det om de vill (Towse 2003 s 5). För det andra, hos dessa politiska produkter – inte sällan tillkomna efter riktlinjer givna av lobbyister från medieindustrin – görs 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 som kan vara mer effektiv.

Endast få övriga empiriska studier är kända. Med mer robusta metoder än ovan argumenterar Baker och Cunningham (2004) för att finansmarknader värderar företag

¹ WIPO: World Intellectual Property Organization – Världsorganisationen för intellektuella äganderätter, ett specialiserat FN-organ.

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 faktors 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 den 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; Towse 2000a). Det är en sådan 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 okänt hur mycket svenska kreatörer egentligen tjänar på upphovsrätten. Den här uppsatsen är ett första försök att sprida lite ljus över ett dunkelt, men viktigt problem.

1.1 PROBLEM

I vilka andelar och till vilken fördelning får enskilda skapare sina inkomster från upphovsrätt? Hur starka incitament skapas från upphovsrättens inkomster?

1.2 SYFTEN

Med utgångspunkt i aggregerade och individuella inkomstdata är syftet att diskutera vilken roll upphovsrätten spelar som incitament för det kreativa utbudet i stort.

1.3 AVGRÄNSNINGAR

Följande kreativa kategorier och skapare 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 *kartritare* och andra offentliga institutioner och deras produktion. *Teaterverk* kommer inte heller att behandlas, annat än när de ingår i litteratur. Upphovsrättens uttryckta motivation är att främja skapandet av uttryck, inte distributionen av dem. Det är det första skälet till att bara själva *skaparnas* välfärd och incitament behandlas i den här framställningen. Det andra skälet är den digitala ekonomin 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 samhällsekonomiskt överlägsen dagens distribution. Med god sannolikhet kommer dagens fysiska distributionsled till största delen att försvinna.

2 SKAPANDETS EKONOMISKA TEORI

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 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 om den nya kopian av verket sprids och konsumeras minskas inte möjligheten att konsumera originalet. Egenskapen *exkluderbarhet* är möjligheten att hindra andra från att ta del av en viss vara. Icke-exkluderbarhet är det motsatta. TV-sändningar i etern är inte möjliga att exkludera. Varor som uppvisar både icke-rivalitet och är icke-exklusiva kallas för gemensamma nyttigheter. Sådana kan ge upphov till *fripassagerarproblemet*; personer som utnyttjar en vara utan att betala dess fulla kostnad. Med fripassagerarproblem riskerar vissa varor att underproduceras. Ytterligare en typisk egenskap hos kreativa verk är deras roll som *upplevelsevara*. För andra varor är nyttan 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. Det 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. På liknande sätt utmärks de av det udda namngivna fenomenet *Baumols kostnadssjuka*. Kostnadssjukan är effekten att kulturskapande med tiden ständigt blir dyrare, relativt den övriga produktionen i ekonomin. Effekten beror på att kreativt skapande är arbetsintensivt och svårt att rationalisera. Utöver dessa egenskaper är kreativa marknader särskilt utsatta för en rad marknadsmisslyckanden och besläktade fenomen; skalfördelar, vertikal integration (Mol et al. 2005), oligopol eller monopolistisk konkurrens (Stiglitz och Dixit 1977) samt imperfekt information (Akerlof 1970; Rothschild 1973).

2.1.2 Komplexa preferenser

Medan sociologer, statsvetare 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 minoritetens preferenser inte respekteras såsom de borde – det uppstår en majoritetens tyranni (George och Waldfogel 2003). Också ekonomiska system och lösningar påverkar människors preferenser. Människors önskningar är alltså inte givna eller individuellt isolerade – människor är sociala och påverkas av andra, av reklam och av ideal; de är drabbade av bristande information om sina bästa långsiktiga val och befintliga ekonomiska lösningar begränsar deras beteende.

2.1.3 Superstjärnor

Den första ekonomiska teorin om superstjärnor formulerades av Rosen (1981). Den mer citerade modell som kommer att användas här är Adlers (1985; 2005) version. Adler visar att om konsumtion kräver kunskap, kan det uppstå *superstjärnor*. Om konsumenter kan spara på sökkostnaderna genom att t ex välja en populär artist, kan det vara optimalt att välja denne, även om artisten är likvärdig eller sämre än andra artister. Superstjärnehypotesen 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. Superstjärnehypotesen, 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 konsumerad vara påverkas 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-

vara. Nätverksexternaliteter har störst betydelse för mjukvara, men också en mindre betydelse för litteratur, film och musikkonsumenter (Abramowitz 2004 s 97).

2.2 UPPHOVSRÄTT

Den första moderna upphovsrättslagen, The Statute of Anne, instiftades i England år 1710. Boktryckarföretaget *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. 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 (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 WIPO². År 2005 genomfördes en sådan förändring, en av de största i modern tid, med flera åtgärder i restriktiv riktning.

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, t ex anglosaxiska stater som USA (Olsson 2006 s 57-67)³. 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 yttrandefrihet⁴.

2.2.1 Upphovsrättens ekonomi

Det grundläggande ekonomiska motivet till upphovsrätt är att säkerställa incitament för skapande. Den klassiska formella modellen för ekonomisk analys av upphovsrätten ut-

² EU: Europeiska Unionen.

³ 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).

⁴ Se diskussion i Lundberg (2003).

vecklades 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 investeringar i nya verk och monopolkostnader. För att skapa ett verk krävs investeringar och monetära incitament. För att investeringen skall löna sig måste dess kostnader kunna täckas. Ekonomiskt sett skapar upphovsrätten ett monopol över distribution och försäljning av ett verk och vissa verk baserade på samma verk (Akerlof et al. 2002 s 3). Monopolet höjer priset under upphovsrättens skyddstid – det blir möjligt att undvika fripassagerarproblemet. På så sätt kan skaparen återfå sina pengar. Därmed skapas ekonomiska incitament och mängden skapade verk blir större. En av konsekvenserna av Landes och Posners modell är att minskade kostnader för att kopiera bör resultera i längre upphovsrättstid.

De senare åren en mycket omfattande nationalekonomisk teoretisk litteratur som behandlar upphovsrätten skrivits, med en rad formella modeller. Ändå är de effekter som påverkar upphovsrättsmarknader så komplexa att ingen modell tar hänsyn till dem alla. Med det nyväckta intresset för upphovsrättsteori har också Landes och Posner börjat ifrågasättas. Yuan (2005) argumenterar med en simuleringsmodell för att minskade kopieringskostnader bör resultera i kortare upphovsrättstid. Också Jacco Hakfoort gör en vidareutveckling av Landes och Posners modell (Hakfoort 2002). Hakfoort visar att på marknader med nätverksexternaliteter blir de situationer där upphovsskydd är samhällsekonomiskt optimalt färre, och därmed argumentet för upphovsrätt svagare.

2.2.2 Kostnader med upphovsrätt

Medan upphovsrätten har nytta att den kan skapa incitament för kreativt arbete för den också med sig kostnader. Det är dels kostnader som uppstår till följd av underanvändning på grund av mindre spridning, 'Tragedy of the Anti-Commons'. En del av dessa är kostnader för uteslutning när behov och preferenser hos individer med för låg köpkraft tas inte i beaktande (Richards 2002). Kostnaderna med monopol innefattar icke-optimal allokering. En konsekvens är också resursöverföringar; 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. Upphovsrätter kan användas av dominerande företag för att försvåra för konkurrenter – de skapar stelhet (Bärwolff 2001). Kostnaderna för handel och förhandlingar i upphovsrättssystemet ger transaktionskostnader. 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 (Banisar et al. 2003). Slutligen skapar upphovsrätten övervakningskostnader. Om upphovsrätten skall stärkas när kopiering blir enklare uppstår en konflikt som delvis bara kan lösas med ökad övervakning.

2.3 INCITAMENT

Viss ekonomisk litteratur ger en bild där finansiella motiv framställs som allenaordande som motivation för arbete. Det är riktigt att ekonomiska incitament är viktiga för kreativa skapare (Towse 2001a). Men människor motiveras också av andra önskningar; önskningar om socialt erkännande och av glädje med att arbeta med intressanta uppgifter (Fehr och Falk 2002). Begreppet *kompenenserande differentier* uttrycker de skillnader i lön som uppstår från icke-monetära incitament (Mankiw 2001). I synnerhet just kreativt skapande personer motiveras av erkännande, status och andra icke-monetära belöningar. Konstnärer har en starkare inklination mot att söka icke-monetära belöningar än vad andra professionella har. De ger hellre upp pengar för självtillfredsställelse, berömmelse och status än personer verksamma i andra professioner (Abbing 2003). 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 förmågan att vara först. 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 som 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).

2.3.1 Alternativkostnad och nuvärde

Storleken hos det ekonomiska incitamentet för upphovsrättsskydd beror på nuvärdet hos de inkomster som förväntas av upphovsmannen vid skapandet (Akerlof et al. 2002)⁵. Det grundar sig i den avvägning som varje ekonomisk aktör står framför vid en investering – om det är fördelaktigare att göra investeringen än att inte göra den. Om en viss investering ger lägre avkastning än att t ex ha kvar pengarna på banken, är det – allt annat lika – mer lönsamt att avstå. En investering måste bedömas i förhållande till sina *alternativkostnader*, i sammanhanget är den viktigaste alternativkostnaden *ränta*. Ett sätt att ta hänsyn till alternativa ränteinkomster är att beräkna nuvärden. Istället för att räkna ränta på ränta

⁵ Adilov och Waldman (2005) argumenterar annorlunda angående upphovsrätt och investeringar, beroende på hur mycket kreatörerna investerat ytterligare i sina verk efter dess skapande. Men deras analys får anses begränsad till ett mindre antal verk, dessutom kan någon annan än kreatören lika gärna investera ytterligare i verket.

framåt i tiden så reduceras värdet av framtida belopp och jämförelsen görs i nutidpunkt (Olsson 1998). Termen *nuvärde* används för värdet idag av belopp som kommer att betalas i framtiden. I jämförelse med alternativ som ger ränta blir värdet av ett belopp idag lägre ju längre fram i tiden beloppet uppkommer. Nuvärdet av ett framtida belopp kan skrivas:

Det framtida beloppet $\times 1/(1 + \text{ränta})^{\text{antal år}}$

3 METOD

Upphovsrättens inkomster och incitament skattas från två håll: för det första på aggregerad, för det andra på individuell nivå. Den aggregerade diskussionen skattar de maximalt möjliga inkomsterna från upphovsrätten genom att dra av utgifter som verkar som substitut från de totala utgifterna för kreativa varor. Den individuella framställningen beskriver enskilda skapares inkomster och från vilka källor inkomsterna kommer. Superstjärnehypotesen 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

Upphovsrättens roll som incitament mäts som de inkomster upphovsrätten genererar och hur mycket av detta som kommer enskilda skapare till del, i förhållande till alternativ. Om upphovsrätten ombesörjer ansevärda ersättningar för ett stort antal skapare, då spelar upphovsrätten en större roll. Om kreativt skapande däremot försörjs från andra håll då spelar också upphovsrätten en mindre roll. De monetära ersättningsarnas roll som incitament operationaliseras som de alternativa inkomster en kreatör ger upp för valet att arbeta med skapande.

3.1.1 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 ersätter 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 upphovsrättssällskapen⁶. Dessa definitioner kommer att användas så långt det är möjligt.

3.1.2 Upphovsrättens substitut

Substitut som är direkta subventioner är givna och bör räknas bort även enligt WIPOs riktlinjer (WIPO 2003). Ett viktigt indirekt substitut som däremot behöver diskuteras närmare är reklam. Ju fler som tar del av en reklamfinansierad produkt, desto större värde

⁶ T ex därför att upphovsrätten skapar en exkluderande äganderätt.

för utgivaren. Inkomsterna från reklamfinansierade kreativa varor är på så sätt inte beroende av möjligheten att exkludera andra från produkten⁷. Därför bör reklaminkomster räknas som ett substitut för upphovsrätten. För kreativa produkter som finansieras med reklam, t ex 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 exemplar⁸.

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, t ex med DVR-spelare som TiVo, att fästbarheten försvinner. I så fall vore det fel att betrakta reklam som 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 kring en digital kreativ vara. Vidare måste reklamaversionen vara större än 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).

3.2 DATAINSAMLING

På insamlingsällskapen SAMI, ALIS och BUS samt Sveriges Författarförbund kontaktades den person som har ansvar för uppgifter om fördelning till enskilda medlemmar⁹. En förfrågan gjordes om anonymiserat inkomstfördelningsdata tillsammans med födelse och dödsår för de enskilda skaparna. Trots att flera sällskap till en början svarade positivt, ville inget sällskap i slutändan lämna ut data utöver årsredovisning. Motsvarande förfrågan gick också till Sveriges Författarfond, som med en gång återkom med samtliga efterfrågade uppgifter. En förfrågan gjordes också till Skatteverket, som nekade med hänvisning till regler om arbetsgivardata¹⁰. Data har också samlats från Statens Kulturråd, SCB och AMS och genom sökningar på nätet har data samlats från insamlingsällskapens årsredovisningar och utredningar samt från offentliga utredningar på kulturområdet. Analy-

⁷ Undantaget är reklamfinansierade produkter där efterfrågan ökar med högre pris, eller där det finns skäl att diskriminera mellan kunder för att öka reklamens effektivitet.

⁸ 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.

⁹ Vd, ekonomichef eller motsvarande.

¹⁰ 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.

sen kompletteras med vissa exemplifierande uppgifter som belyser olika skapares situation. Dessa är hämtade från national- och företagsekonomisk litteratur, uppsatser och dagspress.

3.3 METODDISKUSSION

Uppsatsens syfte är metodologiskt svårt att uppfylla, definitionsproblem och svårigheter med data spelar in. De incitament som upphovsrätten 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 tex Tschmuck 2002). Reliabiliteten hos somliga data kan diskuteras när de grundar sig på lite äldre uppgifter. När värdesberäkningar är känsliga för val av räntenivå. 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

4.1.1 Skatt

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: biblioteksersättning, talboksersättning, 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 kulturen är heller inget unikt för Sverige, även om nivån här är högre betalar vissa andra länder jämförbara subventioner. I Nederländerna finansierar det offentliga 43 % av produktionen av bildkonst (Rengers och Plug 2001). Regler liknande enprocentsregeln återfinns även i USA och Frankrike (ERICarts 2001; Westerlund 2002).

4.1.2 Licensmedel

Utöver skatter subventioneras media i Sverige av licenser. 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. Popmusikskapare använder a-kassa i mycket stor utsträckning. Frilansande popmusiker¹¹ 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 KLYS¹² är i stort sett alla regissörer är beroende

¹¹ De som är organiserade i SKAP, Föreningen Svenska Kompositörer Av Populärmusik.

¹² KLYS: Konstnärliga och Litterära Yrkesutövares Samarbetsnämnd.

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. I en jämförelse över elva europeiska länder¹³ nyttjas sänkta momssatser på flera kulturområden i varje land (ERICarts 2001). 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 %. I Irland behöver varken bildkonstnärer, författare och kompositörer betala någon inkomstskatt.(ERICarts 2001). I Sverige genomfördes nyligen en särskild sänkning av bokmomsen.

4.3 PRIVATA SUBVENTIONER

4.3.1 Stipendier och priser

Stipendier och priser är en särskilt viktig typ av finansiering av kreativt skapande. Stipendier och priser 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). De immateriella värdena av symboliskt eller kulturellt kapital bör inte underskattas (ERICarts 2001). De immateriella värdena är 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 år¹⁴. Eftersom metoden bygger på stipendier som finns med i en enskild förteckning och många stipendier inte anger några utdelningssummor är siffran att betrakta som ett klart minimum.

4.3.2 Sponsring

Uppgifter om 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. Dagstidningarna får två tredjedelar av sina intäkter från reklam. Gratistidningarna blir fler. Större svenska nättidningar finansieras till mellan 90 och 100 % av annonsintäkter (Andersson och Enander 2001). De samlade reklaminvesteringarna i media var 16 741 miljoner kr år 2003 (IRM 2006). Nya former ger reklamfinansiering

¹³ Danmark, Finland, Frankrike, Italien, Irland, Nederländerna, Polen, Portugal, Sverige, Storbritannien och Österrike.

¹⁴ Stipendier som kan finnas med i offentliga budgetar har räknats bort.

även till andra medier, t ex film. Produktplacering blir viktigare – det kan vara det bästa sättet att undvika brus i kommunikationen¹⁵. Ihopkopplad marknadsföring, t ex i form av produktplacering, 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: 38). Spelutveckling kan också finansieras med reklam, en utveckling som tilltar. Vissa data tyder på att spelare har små aversioner mot reklam i spel. I en amerikansk studie över spelares attityder till reklam i spel angav 85 % av de tyngre konsumenterna att de sannolikt kommer att spela sådana spel eller att reklam inte gör någon skillnad i deras spelintresse (comScore 2006).

4.4.2 Egeninsatser

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: gagerna är så låga att de understiger bandens resekostnader¹⁶. Popartister blir ofta upptäckta eller slår igenom vid spelningar på festivaler. De marknadsföringsvärden 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 UTGIFTER OCH UPPHOVSRÄTTENS MAXIMALA ANDEL

En sammanställning av de redovisade utgifterna visas i Tabell 4.1. Den lägger också till hushållens kultur- och medieutgifter. Det samlar de svenska kultur- och medieutgifterna och det blir möjligt att skatta den andel som upphovsrätten maximalt kan ge. Jämförelsen tar bara med de utgiftsslag som det varit möjligt att finna 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 är relevanta för skapande. De offentligfinansierade medlen går också till helt andra verksamheter, t ex kulturminnesvård. Samtidigt tar dessa kostnader ut varandra; de verkar både till förmån för upphovsrätten och för dess substitut. Totalutgifterna omfattar t ex kostnader för köp av tv-apparater, stereos och annan hårdvara. De täcker också kostnader över hela värdekedjan. Eftersom

¹⁵ För en diskussion av produktplacering i svensk spelfilmsproduktion se Hultvall och Tellander (2002).

¹⁶ Personlig intervju med artist under festivalen Pop Dakar 2005

skaparnas del av värdekedjan är liten (se nedan) kan överskattningen vara stor. Reklam-pengarna 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 efterfrågan på kultur och media 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 kategorierna är grova.

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>Upphovsrätt</i>	<i>Maximal upphovsrättsandel</i>	31 954	44,0

Källor: Kulturrådet (2003), Licensavgifter: Kulturdepartementet (2001) – ingår som del i bushällens 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

4.6 INSAMLINGSSÄLLSKAP

Insamlingssällskap 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 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 Presskopia 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 t ex båda statsbidrag samtidigt som organisationerna

också förvaltar utdelningen av efterfrågematchade subventioner. Till dessa har också räknats licensköp från offentliga organisationer¹⁷.

TABELL 4.2 Insamlingsällskap i Sverige 2003

BETECKNING	SÄLLSKAP	MEDLEMMAR	ÅRLIG UTDELNING, MILJONER SEK	OFFENTLIG-BEKOSTAD ANDEL AV ERSÄTTNING (MILJONER SEK)	VERKSAMHETSKOSTNADER, ANDEL AV INTÄKTER, %
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 Presskopia	<i>Bonus Presskopia</i>	15 organisationer	100	83 % (82,7)	6,8
TROMB	<i>Teaterförbundets rättighets- och medieaktiebolag</i>	-	-	-	-
TOTALT	-	-	1 394	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 Presskopia (2003) – avser endast svenska organisationer, i övrigt: Sveriges Författarförbund (2006)

Verksamhetskostnadernas andel av intäkterna är ett mått som används av insamlingsällskap 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. I praktiken har sällskapen svaga incitament att rationalisera, eftersom de har monopol på sin verksamhet. Med förbehållet att data från författarnas respektive teaterarbetarnas insamlingsällskap saknas, kan det konstateras att de direkta upphovsrättsinkomsterna på 1,4 mdr kr är små jämfört med totalsummorna på kultur och medieområ-

¹⁷ Utan upphovsrätt skulle medlen ge samma samhällsekonomiska effekt som en subvention eftersom de också är skattefinansierade.

det. Direkta upphovsrättsinkomster motsvarar bara 1,9 % av de totala kultur- och medieutgifterna i Sverige. Det är också intressant att även bland insamlingsällskapens 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.

4.7 JÄMVIKT PÅ KREATIVA MARKNADER

Ett centralt förhållande vid en ekonomisk värdering av upphovsrätten som incitament är utbudet på kreativa marknader. Om det råder brist, kan det finnas skäl för att stärka incitamenten från upphovsrätten, eller andra incitament. Om det råder överskott är det tvärt om. Litteraturen på området är konsekvent med att beskriva utbudsöverskott på kulturmarknader¹⁸. Det råder strukturell obalans mellan tillgång och efterfrågan på konstnärliga yrken framhåller ERICarts (2001). Ekonomer använder allt mer termen utbudsöverskott för artister och konstnärliga yrken (Abbing 2003; Towse 2001b). Utbudet av musikartister såväl som skapare i andra kreativa branscher är flexibelt och informellt, med många individer som deltar på deltid. Därför är utbudet på kreatörer större än efterfrågan (Strobl och Tucker 2000). Konstnärliga verksamheter uppvisar överskott på människor med kreativa ambitioner (Hirsch 1972; Peterson och Berger 1975)¹⁹. De kreativa ambitionerna har ökat på senare år: 1999 ville en av 19 brittiska studenter läsa antingen konst eller design, en ökning från en av 61 fem år tidigare (Heartfield 2000)²⁰. Utbudsöverskottet gäller såväl konst och musik som litteratur. Marknaden för artister lider av kroniskt överskott och av en högre andel fattiga än i genomsnitt (Menger 1999)²¹. I en historisk återblick till det forna Wiens upphovsrättslösa musikmarknad argumenterar Tschmuck (2002) för att det vid varje given tid råder utbudsöverskott [på musik] på grund av människors stora kreativitet. Med bara små förändringar i specifikationen av bokmarknadsmodeller skapas ett utbud som kan bedömas som överskott (Maxwell 2004). Hjorth-Andersen (2000) betraktar det som ett ekonomiskt faktum att utbudet på manuskript för böcker är obegränsat. Chansen att en förläggare accepterar en bok är extremt låg; Caves (2000) beräknar den till en på 15 000 för romaner. Ytterligare ett tecken på utbudsöverskott är det faktum att ytterligare investeringar i humankapital inte tycks ha någon effekt på konstnärliga yrkesutövares inkomster (Rengers och Plug 2001; Towse 1996).

För den Svenska kreativa marknaden delar regeringen forskningslitteraturens uppfattning om utbudsöverskott: i propositionen Konstnärernas villkor (Prop. 1997/98:87) beskriver Regeringen en ”strukturell överetablering på konstnärernas arbetsmarknad”. Kulturarbetsmarknader präglas av korta anställningar med återkommande perioder med arbets- eller inkomstlöshet (SOU 2003: 21). På samma sätt beskriver KLYS, en organisation som ”företräder de konstnärliga och litterära yrkesutövarna i frågor av gemensamt intresse”, hur arbetsmarkanden ser ut för kreativa yrkesutöva. Arbetslösheten är mycket omfattande: 75-80 procent av musikerna i Musikförbundet kompletterar ständigt med A-

¹⁸ Överskott i utbud eller efterfrågan är normalt sett instabila marknadsförhållanden. Varför dessa utbudsöverskott fortsätter att råda på kreativa marknader ligger utanför den här uppsatsen.

¹⁹ Som citerade i Kretschmer (2005).

²⁰ Som citerad i Tepper (2002 s 3)

²¹ Som citerad i Healey (2002).

kassa (KLYS 2000). För frilansande popmusiker kännetecknas arbetet av kortare jobb med mellanliggande arbetslöshetsperioder. För nyutbildade tonsättare är möjligheterna till snara tonsättaruppdrag obefintliga. Regissörer arbetar med uppdrag om två-tre månader och däremellan mellanliggande arbetslöshetsperioder. Enligt Arbetsmarknadsstyrelsens statistik för april 2006 har de teaterverksamma och musikernas A-kassor de tredje respektive femte högsta öppna arbetslöshetstalen av alla A-kassor. Musikerna har den ojämförligt största andelen deltidsarbetslösa, de teaterverksamma den näst högsta. Totalt är 38,4 procent av musikerna och 22,9 procent av de teaterverksamma antingen arbetslösa helt, delvis eller satta i ”konjunkturberoende program” (AMS 2006a). I AMS rapport *Var finns jobben år 2006?* uppvisar kategorin ”Journalister, författare och informatörer” det största överskottet av alla yrken i sin kategori och totalt det sjätte största överskottet inom alla yrken (AMS 2006b).

Även Höskoleverket (2005) slår fast överskottet och den överdrivna efterfrågan på kreativa yrken. Rapporten slår fast: ”systemet innebär att dimensioneringen främst baseras på vad unga människor är intresserade av, vilket bidrar till att vi får ett »överskott« av utbildade inom den här typen av populära områden.” Antalet utbildningsplatser inom kulturområdet och upplevelseindustrin ökade med 42 procent mellan 1998 och 2003, enligt rapporten. Motsvarande ökning för övriga utbildningar var 22 procent. Rapportförfattarna framhåller hur ”design, spel och upplevelser tycks fungera som magiska ord för att öppna porten som släpper in en ström av sökande”: endast 38 procent av dem med konstnärlig examen är etablerade på arbetsmarknaden ett år efter examen och arbetslösheten bland utbildade inom konst och media ligger på 22,3 procent.

5 ENSKILDA INKOMSTER OCH INCITAMENT

5.1 TIDIGARE FORSKNING

Towse (2000a) beskriver inkomster och fördelning från upphovsrättssällskap 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)²² att endast 300 självanställda författare kunde försörja sig på upphovsrättsinkomster. Matsuoto (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 upphovsrättsinkomster²³. De största inkomstkällorna var *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 hela befolkningens inkomst. Uppgifterna kommer från en studie av SCB från 1997.²⁴ Alternativkostnad är den löneökning som kreatörer ger upp i jämförelse med en genomsnittlig inkomst. Tabellen visar att samtliga kreativa grupper har betydligt lägre inkomster än jämförbar befolkning i genomsnitt. Som grupp tjänar kreatörerna 72 % av befolkningens årsinkomst i medeltal. Svarta inkomster kan underskattas för några av grupperna, t ex för konstnärer. Något som dock talar mot betydande underskattning är att siffrorna är analoga med andra studier. Enligt Fritzell och Lundberg (1998) uppgick t ex den genomsnittliga bruttoinkomsten (exklusive stipendier) från konstnärligt arbete under 1996 till ca 75 000 kronor. Både konstnärer och författare har högre utbildningsnivå än befolkningssnittet i övrigt (SOU 2003: 21). Konstnärer med examen från konsthögskola har ofta gått en eller flera förberedande utbildningar redan före en kandidat eller en femårig magister i konst. En översikt av flera författares biografier på en ledande reklamsajt för författare avslöjar doktorer och ”ledamöter av universitetsnåder” (Författarcentrum Öst 2006). I SCBs studie angav ca 60 % att de hade konstnärlig högskoloutbildning, jämfört med 10 % av befolkningen vid samma tid (SOU 1997:190). För en riktig jämförelse måste man ta hänsyn till utbildningsnivån, jämförelsetalet har därför justerats med en beräknad utbildningspremie för högskoleutbildade.

²² Som citerad i Kretschmer (2003).

²³ Kategorierna *film, video and commercial film, broadcasting* och *recording*.

²⁴ Det äldsta år som den svenska statistiken i den här uppsatsen använder i övrigt. Enligt SOU (2003: 21) har strukturen på kulturarbetsmarknaden förblivit sådan under perioden att en uppräkningsfunktion fungerar väl.

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. Kreatörgruppen 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	GENOMSNIITTLIG BRUTTOINKOMST	LÖNEANDEL AV ARBETANDE BEFOKNING, %	ALTERNATIV-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 befolkning²</i>	197	100	0	4 500 000

Källor: *Arbete åt konstnärer* SOU (1997:183) och *Generella konstnärsstöd* SOU (1997:184) citerade i SOU (2003: 21). 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 (Kunushevski 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 arbeten som rocksångare, författare eller illustratör. Arbetsmarknadsekonomen Randall Filer framhåller deras vikt 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 ar-

betsmarknaden för artister så starkt att varje försök till analys utan hänsyn till det är dömt att misslyckas (Filer 1995). 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 ersättning²⁵. 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).

För andra kreatörer är yttre status mindre betydelsefullt medan professionellt erkännande spelar en större roll. Datorspelsutvecklare drivs av normer om status inom sin profession. I en kvalitativ studie diskuterar Åkeson och Steinmetz (2006) internt entreprenörskap och skapande i den svenska datorspelsbranschen. En slutsats är att kreatörerna i utvecklingsbolagen främst motiveras av kollegornas professionella erkännande – inte av lön eller bonussystem.

5.3 INKOMSTKÄLLOR

För konstnärers del är inkomsternas källor noga 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 verksamhet²⁶. 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”. 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.

²⁵ Fenomenet kallas *vanity publishing*, ung. publicering för fåfänga.

²⁶ Inkluderar 4,8 % med uppdrag från Svenska Kyrkan – Svenska Kyrkan var 1996 ännu en statskyrka, finansierad med kyrkoskatt och får betraktas som offentlig verksamhet.

För musiker finns ingen heltäckande studie men data pekar 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 s 39). För de 35 bäst betalda popartisterna i USA år 2002, var inkomsterna från konserter 7,5 gånger högre än inkomsterna från skivförsäljning (Connolly och Krueger 2005). 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)²⁷ 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 %²⁸. 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 artisten²⁹. 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). Flera författare beskriver 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 stipendiogivare. 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

²⁷ Som citerad i Regner (2002).

²⁸ Som citerat i OECD (2005).

²⁹ Till det skall möjligtvis fogas mellan 5,1 och 9 % som i 3 fall anges för *composer and publisher*.

säger Petter Lindgren, poet, som säger att hans böcker ger ”ingenting” i inkomst. Han får den mesta av sin inkomst från den garanterade författarpenningen. Petters inkomster är extremt låga 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).

5.4 INKOMSTFÖRDELNING

Som visat finns en del data om fördelningar från upphovsrättsliga ersättningar 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 biblioteksersättningen. 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 – men antagligen med mer robusta metoder – än direkta upphovsrättsliga ersättningar. Därför kan de användas för att skatta distributionen 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 länder³⁰. De beskriver antingen totala inkomster för gruppen (SCB, GEMA) eller inkomster från enbart upphovsrätt.

TABELL 5.2 Efterfrågematchade subventioner samt individuell reprografiersättning 2004

ERSÄTTNING	ANTAL MOTTAGARE, N	ÅRLIG UTDELNING, MILJONER KR	OFFENTLIGBEKOSTAD ANDEL AV ERSÄTTNING
<i>Författar och översättarpennning</i>	4 331	42,2	100 %
<i>Individuell visningsersättning</i>	3 118	22,9	100 %
<i>Individuell reprografiersättning</i>	451	3,4	x %

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

³⁰ SE = Sverige, UK = Storbritannien, D = Tyskland, J = Japan.

TABELL 5.3 Inkomstfördelningar för olika grupper av skapare

KATEGORI	LAND	UTBETALARE ELLER STUDIE	MEDIAN (MEDEL), LOKAL VALUTA	STANDARDDEVIVIKELSE	RELATIV VARIATIONS KOEFFICIENT	P25 / MEDIAN	P75 / MEDIAN	TOPP / MEDIAN
Konstnärer	SE	SCB, 1996	91 600 (99 000)	-	-	0,42	1,54	-
		BUS: IV, 2004	2 750 (7 352)	7 945	108 %	(1)	2,73	14,6
		BUS: IR, 2004	1 500 (4 591,6)	6 558	143 %	(0)	5	13,3
Författare	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
Musiker	SE	SCB, 1996	174 720 (174 600)	-	-	0,67	1,31	-
		UK	PRS, 1994	87 (1 313)	29 309	207 %	0,28	4,30
	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
Befolkningen	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)

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 variationskoefficient³¹ är ett standardmått på skeva distributioner (Argyrous 2002). P25 och P75 betecknar percentiler, som jämförs med medianen (percentil 50). 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 att inkomsterna från upphovsrätt i sig i samtliga fall är mer snedfördelade än totalinkomsterna. Mönstret är konsekvent med tolkningen 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

³¹ Standardavvikelsen dividerat med medeltalet i procent.

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 upphovsrättsområden som inte redovisas i tabellen: även biografintäkter är starkt konvexa i rankning (De Vany och Walls 1997).

DIAGRAM 5.1 • Författar- och översättarpennning 2004

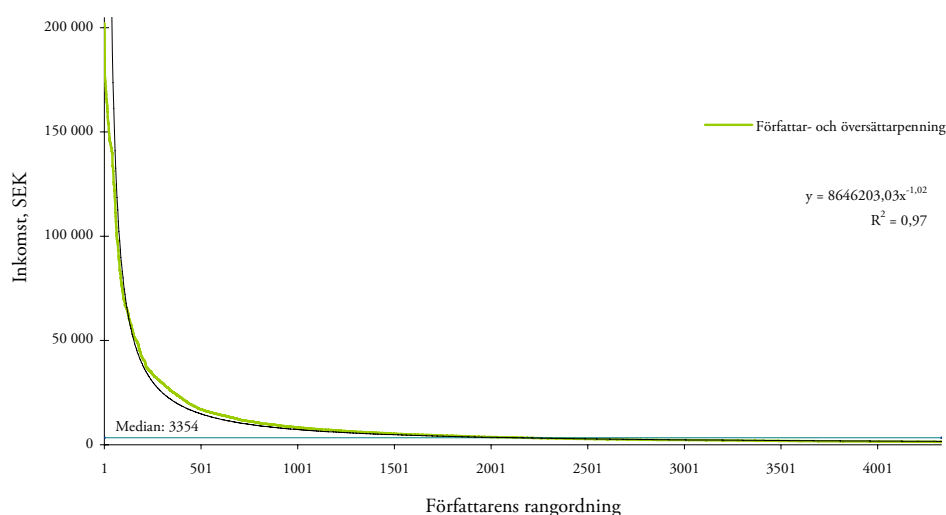
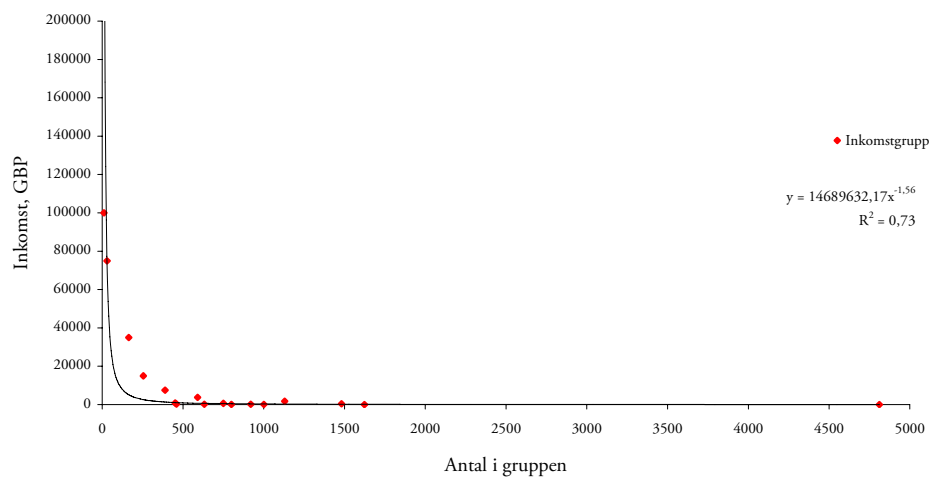


DIAGRAM 5.2 • Upphovsrättsinkomster för Brittiska musiker 1994



För att göra fördelningen tydligare visar diagram 5.1 och 5.2 upphovsrättsinkomsterna grafiskt. Diagram 5.1 visar författar- och översättarpennningen 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. Fördelningarna är mycket ojämna: sambandet mellan skaparnas rankning

och inkomst liknar närmast potens- eller logaritmiska funktioner³². Konsekvensen av de extremt skeva fördelningarna är att de allra flesta konstnärer, författare och musiker får obetydliga direkta inkomster från upphovsrätten. Medianen för författarfonden är 3 354 kronor om året, för den individuella visningsersättningen 2 750 om året. 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.

En faktor som har konsekvenser för upphovsrättsmedlens fördelning är eventuella beloppsgränser. Tabell 5.4 visar sådana minimi- och maximivåer för några upphovsrättsliga och efterfrågematchade ersättningar. Sänkta maximivåer fördelar medlen jämnare över populationen medan höjda minimivåer koncentrerar inkomsterna till det efterfrågade urval som fortfarande får ersättning efter höjningen. Maximivåerna 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). En möjlig tolkning av maximivåer för författare och konstnärer men inte för musiker är att förhållandet speglar olika inställning till kommersiell kultur. De införda maximivåerna kan också tolkas som att organisationerna är tveksamma till inkomstskillnadernas positiva effekter på utbudet. 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 förändringar av beloppsgränsen kan antalet skapare som får ersättning förändras kraftigt.

TABELL 5.4

Beloppsgränser för upphovsrättsliga och efterfrågematchade ersättningar 2006

SÄLLSKAP ELLER ERSÄTTNING	MINIMIVÅ	MAXIMIVÅ
<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
<i>STIM</i>	200/500	<i>saknas</i>
<i>SAMI</i>	250	<i>saknas</i>

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

Eftersom professionellt erkännande är mycket betydelsefullt för kreativa skapare kan ökningen i individuell marginalnytta mellan inga pengar (inget erkännande) och lite pengar

³² För den populationsgrundade datamängden, författar och översättarpenningen, uppnås bästa passning för regressionen (högst R²) med en potensfunktion. För datat från de redan kategoriserade uppgifterna är sambanden närmast logaritmiska.

(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 själva³³.

5.4.1 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 talboksersättningen³⁴. 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 mer än 228 miljoner kronor utan att få något i gengäld. Rimligtvis är andelen avlidna dock lägre för upphovsrättsekonomin i stort: böcker har en längre livslängd än andra medier och det gäller i synnerhet för böcker på bibliotek.

³³ En intressant fråga är om de går att hitta ett samband mellan hur ledamöter med ”elitförfattarbakgrund” i Sveriges Författarförbund har röstat vid fondens styrelsemöten.

³⁴ Talboksersättningen är ett statsanslag som fördelas till författare om deras böcker spelas in på band.

6 UPPHOVSRÄTTEN SOM INCITAMENT

6.1 DISKUSSION

- 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.
- Kreativa skapare värderar incitament från pengar lägre än andra och åtnjuter avsevärda kompenserande fördelar av sina yrkesval.

De data som redovisas här är konsistenta med superstjärne-hypotesen, liksom 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 mindre betydelse. Det vanliga påståendet att upphovsrätten stöder samhällets kreativa bas är empiriskt tveksamt (Kretschmer 2005).

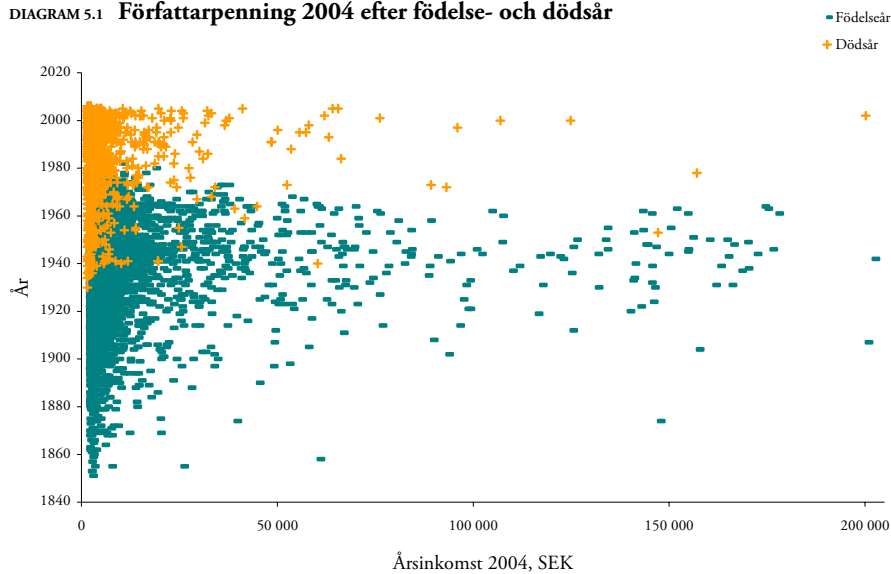
De låga inkomsterna i förhållande till utbildningsnivån tyder på att kreativt arbetande värderar andra fördelar och nyttor med skapandet högt eller att de är mindre motiverade än andra av monetär ersättning. En alternativ förklaring är att kreatörerna blir lurade. Blivande skapare inser inte hur låga inkomster de kommer att få när de börjar på sin utbildning eller väljer sitt yrke. Den tolkningen får stöd i att just utbildningarna 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). Att avvägningen mellan hög kulturell status – det vill säga heltidsarbete som kreativ skapare – och högre inkomster är allmängods visas av populära uttryck som ”att sälja sig”. För det tredje ärvs kreativa yrken socialt över generationerna³⁵. 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 sambandet mellan ålder och inkomst. Diagram 6.1 visar födelse- och dödsår i förhållande till inkomst från författarpenningen.

³⁵ Det gäller t ex i hög grad för min egen släkt, där ovanligt många har verkat i konstnärs eller formgivaryrken.

DIAGRAM 5.1 Författarpenning 2004 efter födelse- och dödsår



Sambandet mellan ålder och inkomst är statistiskt signifikant vid 5 % nivån men effekten är mycket liten (Pearsons $r = 0,035$). Med starkare superstjärne-effekter från berömmelse borde äldre författare ha klart högre inkomster än yngre, eftersom det kulturella kapital som ger inkomster byggs upp med tiden. Om författarna börjar unga, märker att de får låga inkomster och träder ut ur författarmarknaden, borde inkomsterna öka med åldern eftersom de framgångsrika författarna blir kvar. Ett sådant mönster är inte konsekvent med data. Tre tolkningar är möjliga. 1. Författarna stannar kvar i yrket och accepterar alltså låga inkomster från skrivandet. 2. Författare träder in i yrket sent i livet. 3. Yngre författare har högre produktivitet än äldre. Trots detta säljer många dåligt, med tiden sjunker efterfrågan på deras böcker, men den faller långsamt, vilket kompenserar ökande inkomster för den grupp som fortsatt att skriva. Tolkning tre framstår som föga trolig. Mycket troligare är däremot en kombination av ett och två.

Hur skall man då bedöma inkomstskillnadernas effekt? En traditionell nationalekonomisk utgångspunkt är att ökad inkomstspridning 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 inkomstspridning och sämre resultat och motivation (Torgler et al. 2006). Även om man antar den traditionella teorin, verkar det rimligt att de positiva effekterna på incitamenten har börjat avta vid distributioner som är så skeva som upphovsrättens. För superstjärnorna har marginalnyttan av pengar börjat avta, för de utfattiga kreatörerna är chanserna alltför små. Dessa två extremer är intressanta att diskutera närmare.

6.1.1 Money for nothing...

En märklig effekt av upphovsrätten, om man tillåts låna från rockbandet Dire Straits, är ”money for nothing”. En kreatör kan framställa ett enda verk, och om verket blir tillräck-

ligt framgångsrikt kan han därefter leva på upphovsrättspengar utan att någonsin behöva arbeta igen. Om framgången för verket beror på kvalitet och fritt informerad efterfrågan, så uppfattar säkert somliga det hela som rättvist (jfr Nozick 1986). Men oavsett om man ser det som rättvist ger den eviga upphovsrätten skeva incitament. Superstjärnan kan fortsätta leva på det redan utförda verket, och därmed skapas svagare incitament för vidare arbete. Om verkets särskilda kvalitet beror på ärftlig begåvning, något som sägs vara vanligt för kreativa superstjärnor, 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 nätverkseffekter, social påverkan eller superstjärne-fenomen skapas allvarliga ineffektiviteter – nyttosänkande omfördelningar mellan konsument och producent. "Money for nothing" är inte bara idé. Den amerikanske författaren J D Salinger anses, på basis av en enda bok, vara en av 1900-talets mest begåvade författare. Han är också en av de mest lästa. Efter den enorma framgången med *Räddaren i nöden* drog sig Salinger tillbaka för att aldrig mer publicera en bok. Han levde resten av sitt liv på upphovsrättsinkomster. Vem vet hur många ovärderliga verk Salinger hade skapat om han, liksom alla andra, hade haft återkommande incitament att förtjäna sitt upphålle?

6.1.2 ... and chicks for free

Den andra sidan av myntet är de skapare som inte kan få monetär ersättning från upphovsrätten. De svaga incitamenten från upphovsrätten finner vi i chansen att faktiskt få ersättning för sitt arbete. Endast en tredjedel av alla publicerade boktitlar bär sig ekonomiskt (Canoy et al. 2005). Ovan beskrevs att Caves (2000) beräknar chansen att en förläggare accepterar en bok till en på 15 000 för romaner. Om dessa siffror stämmer är alltså chansen att bli publicerad och dessutom tjäna royaltysättning från manuskriptet så liten som en på 45 000. Även om författare är riskbenägna framstår det som en alldeles för hög riskkalkyl för att det "obegränsade" författandet av manus skall vara drivet av finansiella skäl. Att skriva måste i sig innebära avsevärda kompenseringar differentialer för att det observerade beteendet skall vara motiverat. Väsentligt skrivande kommer alltså att ske oavsett upphovsrätt eller ej, på samma sätt som rockmusik kommer att fortsätta att ljuda så länge rockspelningar genererar "chicks for free". Vi behöver inte leta länge för exempel. Några av de dyraste böckerna att producera är uppslagsverk, samtidigt är världens största uppslagsverk skapat i direkt polemik mot upphovsrätten. Wikipedia, med över 3,7 miljoner artiklar på 190 språk, har författats av 36 000 frivilliga obetalda skribenter världen över. En studie som jämförde Wikipedia med Encyclopaedia Britannica fann att Wikipedias information var av jämförbar kvalitet (Giles 2005).

6.2 EMPIRISKT SKATTAT UPPHOVSRÄTTSSKYDD

Genom att ta hänsyn till upphovsrättens substitut och alternativkostnader är det möjligt att skatta en siffra för den "optimala" eller samhällsekonomiskt mest rimliga upphovs-

rättstiden. Den yttre gränsen sätts av de över tiden ökande alternativkostnaderna, en andra gräns av upphovsrättens substitut.

Akerlof et al (2002) beräknar nuvärden vid upphovsrättsliga investeringar i USA. Med konservativa antaganden utgår de från diskonteringsräntan 7 %, men anger också 10 % som trolig. Alonso och Watt (2003) menar att upphovsrättsliga skapare räknar med högre avkastning än räntemarknadens. Aktiegrundat sparande är vanligare i Sverige än i USA. Därför är det rimligare att räkna med en avkastning som ligger närmare aktiemarknadens (Fondbolagens Förening 2006). En årlig avkastning på 10 % är jämförlig med Stockholmsbörsens genomsnitt de senaste tio åren, det är försiktigt räknat eftersom perioden inkluderar borskraschen 2000-2002 (OMX 2006).

Vid en ränta på 10 % är nuvärdet för en krona som utfaller om 20 år 14,86 % – utfaller den om 30 år är värdet 5,73 %, om 50 år 0,85 %, alltså nästan noll. Längre tid än så är knappast rimlig hur man än räknar, även vid den lägre räntenivån³⁶. Upphovsrättens substitut skattades till 56 % av efterfrågan, genom att räkna bort den andelen får vi en empiriskt grundad rimlig genomsnittlig skyddstid³⁷.

$$20 \text{ år} \times (1-0,56) = 8,80 \text{ år}$$

$$30 \text{ år} \times (1-0,56) = 13,2 \text{ år}$$

$$50 \text{ år} \times (1-0,56) = 22 \text{ år}$$

Oavsett specifikation är skillnaden dramatisk jämfört med dagens förbudstid på 70 år efter skaparens död. Trots det är skattningen försiktig: redan vid 20 år har 85 öre av den framtida upphovsrättskronan försvunnit. Vilken yttre gräns man väljer beror på hur man bedömer de övriga faktorerna som påverkar upphovsrätten. Beräkningen i sig tar bara hänsyn till två av de diskuterade faktorerna. I ljuset av den samlade bilden med utbudsöverskott, nätverksexternaliteter, små andelar kreativa inkomster och lägre motivation från monetära incitament för skapare är det svårt att argumentera för annat än de lägsta skyddstiderna.

Att en liknande minskning av upphovsrättstidens längd inte är orimlig förstår man vid en jämförelse med patent. Patent täcker investeringar som är mångdubbelt större än vid de dyraste upphovsrättsprojekten. Läkemedelsindustrin berättar gärna hur det kostar flera miljarder dollar att utveckla ett nytt läkemedel. Patenten för dessa investeringar räcker, i praktiken, i 17 år. Samtidigt kritiserar patentinstitutet som alltför strikt och läkemedelsindustrin har en lönsamhet långt över genomsnitt.

6.3 UPPHOVSRÄTTEN VÄRDERAD

Även om nära empiriska studier grundade på skaparnas inkomster varit få, delar en växande ekonomisk litteratur uppfattningen att upphovsrätten bör reduceras klart eller tas

³⁶ Om vi istället väljer 7 % ränta är nuvärdet om 20 år 25,84 %, om 30 år 13,14 % och om 50 år 3,4 %.

³⁷ Vi antar att inkomsterna från substituten fördelas sig jämnt per verk. I verkligheten fördelas de olika. Men observera: dagens upphovsrättslagar gör samma förenkling, med enda skillnad att de inte är empiriskt grundade.

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 "högkvalitets"-artister på lång sikt. Resultatet är en större samlad samhällsnytta.

7 SLUTSATSER

Kreatörer får mycket små andelar av sina inkomster från upphovsrätt och obetydliga andelar från direkt upphovsrätt, med vissa skillnader mellan olika grupper av skapare. Kreatörernas inkomster fördelas ojämnt och de små inkomsterna från upphovsrätten fördelas extremt ojämnt. Resultaten är konsekventa med tidigare forskning. Mot bakgrund av redan existerande utbudsöverskott 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 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.

REFERENSER

- Abbing, Hans. 2003. Support for artists. In *Handbook of Cultural Economics*, redaktör R. Towse. Cheltenham, UK / Northampton, MA, USA: Edward Elgar.
- Abramowitz, Michael. 2004. Copyright Reduncancy. In *Faculty Workshop on February 20, 2004*. University of Texas School of Law: University of Texas.
- Adilov, Nodir och Michael Waldman. 2005. Optimal Copyright Length and Ex-Post Investment: A Mickey Mouse Approach: Cornell University.
- 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.
- 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. In *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.
- Alonso, Jorge och Richard Watt. 2003. Efficient Distribution of Copyright Income. In *The Economics of Copyright*, redaktör W. J. Gordon och R. Watt. Cheltenham: Edward Elgar.
- AMS. 2006a. *Arbetslösa, deltidsarbetslösa samt i konjunkturberoende program fördelat efter kassatillhörighet*. Arbetsmarknadsstyrelsen. [citerad 2006-05-16]. <http://www.ams.se/admin/Documents/ams/arbdata/kassa/2006/kas0604r.pdf>.
- AMS. 2006b. Var finns jobben år 2006? Stockholm: Arbetsmarknadsstyrelsen.
- 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. In *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.
- 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.
- Fondbolagens Förening. 2006. *Sverige har världsrekord i andel fondsparare*. Fondbolagens Förening. [citerad 2006-05-22]. <http://www.fondbolagen.se/Pressrum/Pressmeddelanden/060518%20Sverige%20har%20varldsrekord%20i%20andel%20fondsparare.aspx>.
- 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.
- 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.

- Författarcentrum Öst. 2006. *Författares hemsidor*. Författarcentrum Öst. [citerad 2006-05-20]. <http://www.forfattarcentrum.se>.
- 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.
- 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. In *Copyright in the cultural industries*, redaktör R. Towse. Cheltenham: Edward Elgar.
- Healey, Kieran. 2002. What's New for Culture in the New Economy? *The Journal of Arts Management, Law, and Society* 32 (2):86-103.
- Heartfield, James. 2000. *Great expectations: The creative industries in the new economy*. London: Design Agenda.
- Hemmungs Wirtén, Eva. 2004. *No Trespassing: Authorship, Intellectual Property Rights, and the Boundaries of Globalization*. Toronto: The University of Toronto Press.
- Hirsch, P. 1972. Processing fads and fashions: An organisation set analysis of cultural industry systems. *American Journal of Sociology* 77 (4):639-670.
- 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.
- Högskoleverket. 2005. Klassicism och bungyjump - upplevelseindustrin och behovet av konstnärligt utbildade. Stockholm: Högskoleverket.
- IRM. 2006. *Totala reklaminvesteringar i Sverige 2004 och 2003*. Institutet för Reklam- och Mediestatistik. [citerad 2006-03-01]. [http://www.irm-media.se/irm/\(1o3gft452ksvsl4500rhw2fo\)/tabell_reklamstatistik.aspx](http://www.irm-media.se/irm/(1o3gft452ksvsl4500rhw2fo)/tabell_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.
- 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. In *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.
- Olsson, Ulf E, red. 1998. *Kalkylering för produkter och investeringar*. Lund: Studentlitteratur.
- OMX. 2006. *Stockholmsbörsen de senaste 10 åren, avista*. Stockholmsbörsen. [citerad 2006-05-10]. [http://domino.omgroup.com/www/xsse-statistik.nsf/Ref/3D784D432E75D6DBC12571390042210F/\\$file/stockholmsbörsen%20de%20senaste%2010%20åren%20avista%20%20sv.xls](http://domino.omgroup.com/www/xsse-statistik.nsf/Ref/3D784D432E75D6DBC12571390042210F/$file/stockholmsbörsen%20de%20senaste%2010%20åren%20avista%20%20sv.xls).
- 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.
- Peterson, R. A. och D. G. Berger. 1975. Cycles in symbol production: The case of popular music. *American Sociological Review* 40:158-173.
- 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).
- Regner, Tobias. 2002. Innovation of Music. In *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.
- 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.
- 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. 1997:190. *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/>.
- Strobl, Eric och Clive Tucker. 2000. The Dynamics of Chart Success in the U.K. Pre-Recorded Popular Music Industry. *Journal of Cultural Economics* 24 (2):113-134.
- Sveriges Författarförbund. 2004. Verksamhetsberättelse. Stockholm: Sveriges Författarförbund.
- Sveriges Författarförbund. 2006. Sveriges Författarförbund. [citerad 2006-04-25]. <http://www.forfattarforbundet.se/>.
- 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.

- 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. 1996. The Economics of Artists Labor Markets. London: The Arts Council of England.
- 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.
- 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. In *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.
- Waldfogel, 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.
- 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. Geneva: 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

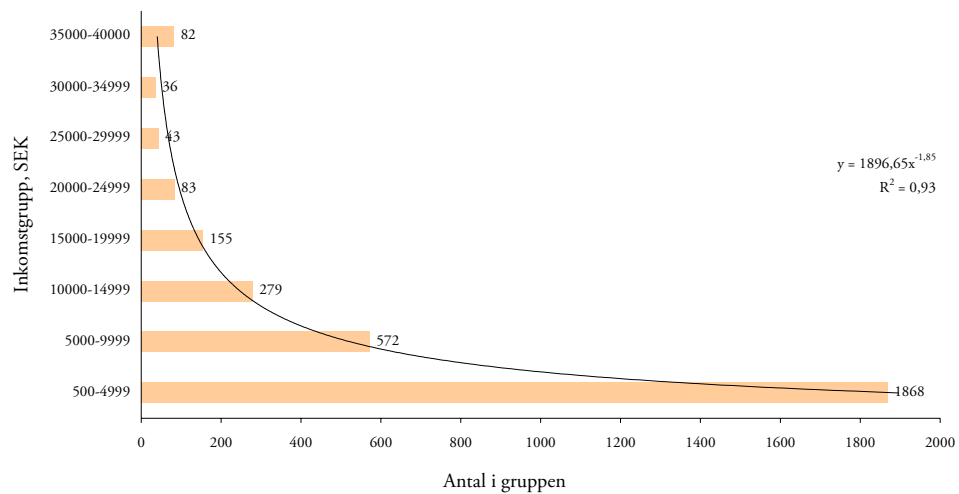


DIAGRAM A2 • Individuell reproersättning för konstnärer 2004

